

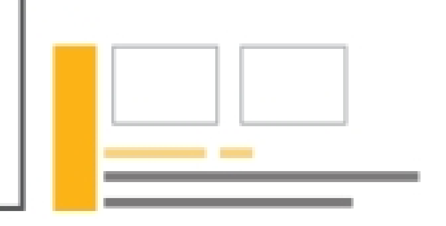



مبادئ

ريادة الأعمال

المفاهيم والتطبيقات الأساسية لغير المتخصصين



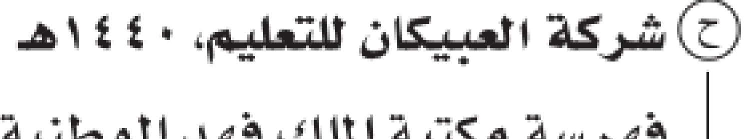




أ.د. وفاء بنت ناصر المبيريك
أستاذ التسويق وريادة الأعمال
جامعة الملك سعود

أ. د. أحمد بن عبدالرحمن الشميمري
أستاذ التسويق وريادة الأعمال
جامعة الملك سعود




ح شركة العبيكان للتعليم، ١٤٤٠هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

الشميمري، أحمد بن عبدالرحمن

مبادئ ريادة الأعمال / أحمد بن عبدالرحمن

الشميمري؛ وفاء بنت ناصر المبيريك -

الرياض، ١٤٤٠هـ

١٧٦ ص؛ ١٦,٥ × ٢٤ سم.

ردمك: ٠-٢٣٤-٥٠٩-٦٠٣-٩٧٨

١- القيادة الإدارية.

٢- إدارة الأعمال أ. المبيريك، وفاء

بنت ناصر (مؤلف مشارك) ب. العنوان

ديوي: ٦٥٨،٦٨٠٣ ١٤٤٠/٢٩٧٥

نشر وتوزيع العبيكان Obeikan

المملكة العربية السعودية - الرياض

طريق الملك فهد - مقابل برج المملكة

هاتف: ٤٨٠٨٦٥٤ ١١ ٩٦٦+، فاكس: ٤٨٠٨٠٩٥ ١١ ٩٦٦+

ص.ب: ٦٧٦٢٢ الرياض ١١٥١٧

قائمة المحتويات

الفصل الرابع: خطة الأعمال

الفصل الخامس: التمويل والتسويق

الفصل السادس: خيارات إنشاء المشروع

الفصل السابع: الاستعداد لدخول السوق

الفصل الثامن انطلاق المشروع

مقدمة

إن رواد الأعمال يؤدون اليوم دورًا كبيرًا في صياغة بيئة الاستثمار، فهم يقدمون من خلال استثماراتهم منتجات مبتكرة، وخدمات جديدة، ويمنحون فرصًا للعمل، ويخترقون الأسواق الدولية، وبذلك تتيح هذه المشروعات لهم الفرصة لممارسة ما يحبون، ويبدعون، وفي الوقت نفسه يحركون عجلة الاقتصاد لنمو واعد. ويعد التوجه نحو التفكير الريادي توجهًا عالميًّا في مؤسسات التعليم العام والعالي. ووضعت كل الدول المتقدمة في العالم خططًا تنفيذية متلاحقة لتعزيز تطبيقات الفكر الريادي في مجتمعاتها الأكاديمية وغير الأكاديمية.

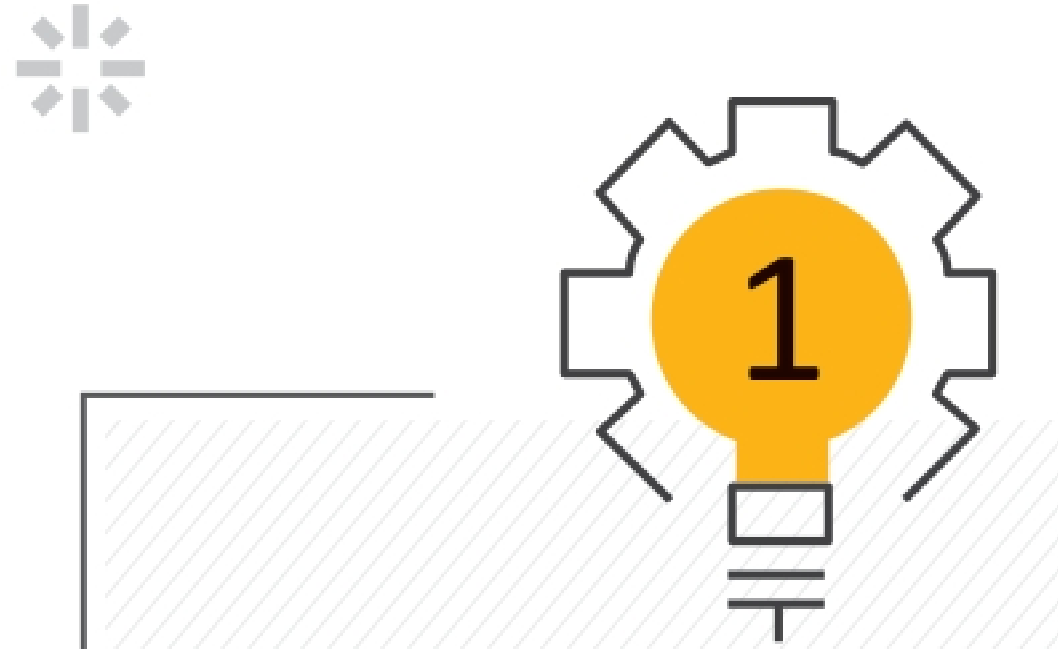
وانطلاقًا من تعزيز هذا الدور والمساهمة في التعليم الريادي أتى تأليف هذا الكتاب كي يكون مقررًا منهجيًّا ومرجعًا علميًّا لتدريس ريادة الأعمال لغير المتخصصين. وهو عبارة عن تبسيط واختصار للكتاب الأصل (ريادة الأعمال) الذي قام بتأليفه الأستاذ الدكتور أحمد الشميمري والدكتورة وفاء المبيريك في طبعته الأولى عام 2015م.

وهذا الكتاب الذي بين يديك هو بمثابة الدليل الإرشادي لإنشاء مشروعك التجاري الصغير. وقد حرص المؤلفان لهذا الكتاب أن يقدم بطريقة مبسطة تخاطب القارئ غير المتخصص. وتمّ الاعتماد على العرض بالإيضاحات بالأمثلة والصور المساندة لإيضاح المفاهيم والخطوات. ويرحب المؤلفان بجميع الملاحظات والاقتراحات لتحسين الكتاب وتطويره على البريد الإلكتروني الآتي almobaireek@yahoo.com راجين أن يكون إضافة تثري علم ريادة الأعمال وتطبيقاته. والله الموفق.

المؤلفان

وفاء المبيريك وأحمد الشميمري

الطبعة الأولى 2015م




الفصل الأول



مفاهيم ريادة الأعمال



أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل سيكون الطالب قادرًا على أن:

- يشرح فوائد العمل الحر.
- يشرح مفهوم ريادة الأعمال.
- يعدد الفوائد الكثيرة لريادة الأعمال.
- يوضح صفات السمات الأساسية التي يتميز بها رائد الأعمال.
- يكتشف مدى توافر سمات رائد الأعمال لديه.
- يشرح العوامل التي تحقق النجاح لرائد الأعمال.

الوحدة الأولى: العمل الحر

قبل أن نتعرف إلى العمل الحر يجب أن نتعرف سويًّا إلى أنواع العمل؛ أي الوظائف، وهل هنالك عمل حر وعمل غير حر؟ فالوظيفة إما أن تكون في القطاع العام مثل العمل في إحدى الوزارات كوزارة الصحة، ووزارة التعليم، ووزارة الدفاع، أو أن تكون في القطاع الخاص كالعمل في إحدى الشركات أو المؤسسات الخاصة مثل العمل في شركة سابك، أو شركة الكهرباء، أو شركة الاتصالات.

ومن ثم، فعندما تبدأ رحلتك العملية والدخول في سوق العمل فأمامك أحد الطريقين: فإما أن تتبع الأسلوب التّقليدي المعروف وهو (الوظيفة) أي أن تكون موظفًا لدى طرف آخر، أو أن تبدأ مشروعك، وتتوجه إلى العمل الحر.

ومن أمثلة العمل الحر أن يكون لديك محل تجاري لبيع الجوالات، أو تبيع أحد المنتجات عبر تطبيقات: الجوال، الإنترنت، أو أن يكون لك محل في إحدى الأسواق التجارية، فأنت تعمل لنفسك بشكل مستقل، وليس لمصلحة شركة أو جهة ما، وأنت بذلك تعمل بالعمل الحرّ.

تعريف العمل الحر

العمل الحرّ هو مُصطلح يُطلق على الأعمال التي تُدار من طرف أشخاص يعملون لحساباتهم الشخصيّة، فعندما يعمل الشخص لمصلحة نفسه، فإنه في مجال العمل الحر. والعمل الحر هو الأصل للعمل منذ بداية تاريخ البشرية، فالاحتطاب والزراعة والرعي والنجارة كلها أعمال كانت تمارس حرة ولمصلحة أصحابها. وتسمي الموسوعة الحرة ويكيبيديا (wikipedia) الذين يعملون في مجال العمل الحر المُستقلين

(freelancers) وارتبط ذلك بالعمل من خلال الإنترنت. وذكرت الموسوعة أيضًا أن العمل الحر:

- «هو مصطلح يشير إلى وظيفة مستقلة لا تلتزم بمعايير حتمية، وإنما يمكن العمل عليها من خلال الإنترنت وأنت في منزلك».
- وقد عرف قاموس كامبريدج مصطلح العمل الحر بأنه «العمل المحدد لعدة منظمات بدلًا من الالتزام بالعمل طوال الوقت لمنظمة واحدة».

والعمل الحر قد يكون عملًا مُستقلًّا كاملًا: أي اعتماد الفرد على العمل الحرّ كعمل أساسي مُطلق، أو أن يكون عملًا مُستقلًّا بشكل جزئي: أي اعتماد الفرد على العمل الحرّ كعمل ثانوي «بأن يعمل بشكل إضافي إلى جانب وظيفته الأساسية».

نشاط 1-1

ما هي المزايا والعيوب لأن تقوم بعمل حر في مشروعك الخاص مقابل أن تعمل لدى شخص آخر؟

	المزايا	العيوب
العمل الحر في مشروعك الخاص بك	.1 .2 .3	.1 .2 .3
العمل لدى شخص آخر	.1 .2 .3	.1 .2 .3

الوحدة الثانية: تعريف ريادة الأعمال

عند الحديث عن تعريف ريادة الأعمال، فإننا نتحدث عن شقين في هذا التعريف الأول ترجمة مصطلح (Entreprenurship) وثانيًا تعريف هذا المصطلح. فأما ترجمة المصطلح فقد أشارت أدبيات الإدارة إلى كثير من نماذج التعريب لمصطلح ريادة الأعمال ولمصطلح رائد الأعمال. ومن الترجمات التي اقترحت لهذا المصطلح: المبادرة، الريادة، المبادأة، الإنشاء، العمل الحر. وفي المقابل يوصف الشخص بأنه المبادر، والرائد، والمبادئ، والمنشئ، والمخاطر، والمبدع الإنتاجي، والجريء.

واتفق عدد من المراكز والجمعيات والمنظمات في العالم العربي في المؤتمر الدولي الأول لريادة الأعمال عام 2009م في مدينة الرياض على ترجمة الكلمة الإنجليزية فرنسية الأصل Entrepreneurship بمعنى (ريادة الأعمال) وترجمة Entreprenur بمعنى (رائد أعمال) لتحسم الجدل حول الترجمة العربية لهذين المصطلحين.

أما الشق الثاني وهو التعريف العربي لهذا المصطلح، فقد وردت تعريفات عدة منها:

- تعريف Burch 1986 الذي عرف مصطلح ريادة الأعمال Entrepreneurship بأنه «مجموعة أنشطة تقدم على الاهتمام، وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات، والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت».
- أما Dolling 1995 فقد عرفه بأنه «عملية إيجاد منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد».
- وأخيرًا، فإن الشميمري والمبيريك 2010م يعرفان ريادة الأعمال بأنها «إنشاء عمل حر يتسم بالإبداع، ويتصف بالمخاطرة».

نستخلص من هذه التعريفات أن ريادة الأعمال هي النشاط الذي ينصب على إنشاء عمل حر، ويقدم فعالية اقتصادية مضافة، وأنها تعني إدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد أو ابتكار نشاط اقتصادي وإداري جديد. وتتسم بنوع من المخاطرة، ولكنها المخاطرة المدروسة ومن ثم، فهنا ثلاثة عناصر أساسية في التعريف هي:



الوحدة الثالثة: فوائد ريادة الأعمال

هناك فوائد كثيرة يمكن أن تتحقق من ريادة الأعمال وإنشاء مشروعك الصغير منها:

1. **الاستقلالية:** إن ملكية المشروع تتيح لرائد الأعمال الاستقلالية والفرصة لتحقيق ما يصبو إليه. لا شك أن رواد الأعمال يطمحون إلى تحقيق ما يحلمون به في هذه الحياة.
2. **فرصة للتميز:** يمكن من خلال الريادة تحقيق أهداف متميزة مختلفة عن الآخرين ومن أمثلة ذلك، إنشاء مشروع إعادة تدوير النفايات لحماية الكرة الأرضية، أو إنشاء مشروع تحقيق دخل مضمون لأسرة محتاجة. وهذه الأمثلة تعكس مهارة رائد الأعمال في الجمع بين الأهداف الاجتماعية والرغبة في معيشة بمستوى اقتصادي لائق.
3. **ريادة الأعمال فرصة لتحقيق أقصى الطموحات:** كثير من الناس يجد أن عمله لا يحمل أي تحدٍّ وغير ممتع، ولكن رواد الأعمال لا يجدون ذلك. فبالنسبة إليهم فإن هناك فروقًا بسيطة بين العمل والمتعة، إذ يجد رواد الأعمال في استثماراتهم فرصة للتعبير عن الذات وتحقيق الذات، فهم يعلمون أن حدود نجاحهم هو إبداعهم، وحماسهم ورؤيتهم. فامتلاك الاستثمار يمنحهم الشعور بالقوة والتمكن.
4. **فرصة تحقيق أرباح:** على الرغم من أن امتلاك مشروع ليس هو الدافع الوحيد لمعظم رواد الأعمال، فإن الأرباح التي تمنحها مشروعاتهم من أهم الدوافع لإنشاء هذه المشروعات. فمعظم رواد الأعمال لا يأملون الانضمام لمجتمع الثراء بقدر ما يحلمون بتحقيق ثروات جيدة.

5. **فرصة للمساهمة في المجتمع:** في الغالب يتمتع ملاك المشروعات الصغرى بالاحترام والثقة في مجتمعاتهم وبلدانهم. حيث إن أهم مقومات الرواد الثقة والاحترام المتبادل، هؤلاء الملاك يتمتعون بالثقة والشهرة من العملاء الذين قاموا بخدمتهم بإخلاص وأمانة، وعلى مر الأيام يدرك ملاك المشروعات الصغيرة ما لمشروعاتهم من أهمية في الاستثمار المحلي وما لعملهم من أثر مهم في الاقتصاد الوطني.

6. **إيجاد فرص عمل أخرى:** من أهم ما يميز ريادة الأعمال أنها لا تقدم للرائد عملًا، بل تجعله قادرًا على إيجاد فرص عمل للآخرين بحيث يؤدون تلك الأعمال التي يستمتعون بها. وغالبًا ما يستثمر هؤلاء الرواد في الهوايات التي يميلون إليها، ثم يستقطبون من يحبها.

نشاط 2-1

كون مجموعة من زملائك واكتب خمسة أنواع مختلفة من المشروعات الصغيرة الموجودة في السوق السعودية، واذكر فوائد المشروع لك. مثل فتح محل بيع إكسسوارات الجوال، أو متجر إلكتروني.

نوع المشروع	فوائد المشروع

الوحدة الرابعة: تحديات ريادة الأعمال

على الرغم من أن ريادة الأعمال تتيح للشباب امتلاك مشروع، وأن امتلاك المشروع يحقق كثيرًا من المزايا والفرص إلا أن الضرورة تستدعي الإحاطة بالمتطلبات المطلوبة والتحديات المحتملة للدخول في هذا المجال ومنها ما يأتي:

1. **عدم استقرار الدخل:** إن إنشاء مشروع لا يضمن الحصول على دخل كافٍ، فبعض المشروعات الصغيرة لا تكسب إلا بحدود ضئيلة خاصة في المراحل الأولى من حياة المشروع ومع ضغوط الالتزامات المالية؛ لذا فإن استقرار الدخل واستمراريته لا يمكن ضمانه كما هي الحال فيما يتحقق بالعمل الوظيفي.
2. **المخاطرة (خسارة الاستثمار بأكمله):** إن نسبة الفشل للمشروع الصغيرة مرتفعة جدًا، فوفقًا للإحصائيات المنشورة في أمريكا، فإن 35% من المنشآت تفشل خلال العامين الأولين من عمرها، بينما 54% تفشل خلال الأربعة أعوام المقبلة؛ لذا من المهم أن يرد إلى ذهن رائد الأعمال مجموعة من التساؤلات التي تساعده على التعايش مع الفشل:
   - ما هي أسوأ التوقعات إذا فشل مشروعي؟
   - ما مدى احتمالية حدوث الفشل؟
   - ما هي إجراءات تحقيق المخاطرة؟
   - ما هي خطة مواجهة الخسارة والفشل؟
3. **ساعات العمل الطويلة:** إن بداية أي استثمار تتطلب ساعات عمل جادة وطويلة حيث سيمضي رائد الأعمال جل وقته منهمكًا بتفصيلات المشروع. وسيكون قضاء الوقت من أجل المشروع غير محدود، وحتى يتم تأسيس المشروع وانتعاشه، فلا بد من قضاء ساعات العمل الطويلة والجهد الكبير في العمل الذي

يتم بذله في السنوات الأولى لعمر المشروع كي يجني رائد الأعمال ثمرتها بقية عمر الاستثمار.

4. **مستوى ارتباطات عائلية أقل:** إنه من المتوقع أن حياة المستثمر الاجتماعية والأسرية ستأتي بالدرجة الثانية بعد دوره الأول بوصفه مستثمرًا ومؤسسًا لمشروع حيث في الغالب يتم إطلاق المشروعات الصغيرة في المرحلة العمرية من 25 إلى 39 سنة وفي الوقت نفسه يتوقع أن يرعى رائد الأعمال في تلك السنوات أسرته الصغيرة.

5. **المعاناة من ضغط العمل:** إن امتلاك مشروع صغير يعد مكسبًا كبيرًا من جانب، ومن جانب آخر، فإنه عمل شاق ومنهك حيث إن رائد الأعمال يستثمر جزءًا كبيرًا من ماله في هذا المشروع بمقابل التنازل عن دخل ثابت ومضمون، أو يرهن كل ما يملك للدخول في هذا الاستثمار؛ لذا فإن الفشل سيكون قاسيًا والعمل في ظل ذلك سيولد ضغطًا وقلقًا كبيرًا لدى المستثمر. ومما يزيد من الضغط النفسي اعتماد المالك على نفسه في إدارة المشروع؛ لأنه لا يرغب في تفويض السلطة والمسؤولية للآخرين من الموظفين حتى لو كانوا أكفاء ، وخاصة في السنوات الأولى من الاستثمار في المشروع.

6. **المسؤولية الكاملة:** إن من ثقافة ريادة الأعمال أن يكون الفرد قادرًا على أن يدير نفسه، ويتمتع بالاستقلالية. وكما أن كثيرًا من رواد الأعمال يجدون أنهم مرغمون في اتخاذ قرارات مرتبطة بقضايا وأمور ليسوا متخصصين فيها، وكثير من ملاك المشروعات الصغيرة يواجهون صعوبة في البحث عن مرشدين وفي هذه الحالة فإنهم يتعرضون لضغط شديد ولشعور كبير في المسؤولية.

7. **الإحباط:** إن تأسيس مشروع رائد يتطلب تضحية كبيرة وصبرًا طويلًا. ولتحقيق النجاح، فإن على رائد الأعمال اقتحام وتجاوز الكثير من العوائق والصعوبات، ولمواجه هذه الصعوبات فإن الشعور بالإحباط والقلق يعد شعورًا متوقعًا خاصة أن النتائج المبهرة لا تأتي عاجلًا. لذا، فإن على رائد الأعمال أن يتمتع بالصبر والتفاؤل للتحصن ومواجهة الإحباط.

الوحدة الخامسة: سمات رائد الأعمال

إذا كنت ترغب في الدخول في عالم الأعمال وتكون تاجرًا وрياديًا، وتحقق لنفسك النجاح لا بد من أن تعرف أن هنالك سمات؛ أي صفات يجب أن تتوافر في رائد الأعمال لتحقيق النجاح. وقبل أن نتحدث عن هذه السمات دعنا نعرف أولًا من هو رائد الأعمال.

- **رائد الأعمال:** هو ذلك الشخص الذي يمتلك عمله، ويديره بنفسه.
- **رائد الأعمال:** هو ذلك الشخص الذي لديه القدرة لتحويل فكرة جديدة إلى ابتكار ومشروع ناجح.

ولرائد الأعمال سمات تميزه عن الآخرين تتمثل في هذه السمات السبع الأساسية:



1. **الثقة بالنفس:** يمتلك رواد الأعمال ثقة بأنفسهم تمكنهم من الالتزام بتحقيق أهدافهم. ورائد الأعمال صاحب شخصية قوية وحازمة. وإن التفاؤل الذي يحمله يجعله يثق بأنه سوف يحقق النجاح الذي يتطلع إليه.

2. **البحث عن الأفكار الجديدة:** رائد الأعمال يحب التغيير والأفكار الجديدة، ولا يحب التقليد والتكرار. وفي الوقت نفسه يبحث بصورة مستمرة عن طرق مبتكرة لتحسين الأشياء. لذا تجده مطلعًا على أحدث التقنيات والوسائل ومستعدًّا لتبني الأفكار الإبداعية الجديدة.

3. **الحماس:** رائد الأعمال لديه طاقة إيجابية كبيرة تدفعه للإنجاز. لديه طموح عالٍ ونشاط كبير. لا يحب الخمول والكسل والبقاء بلا عمل.

4. **لا يخشى الفشل:** الخوف من الفشل هو أحد العوائق الكبيرة التي تواجه رائد الأعمال. لذا فهو ينظر إلى الأمور بإيجابية وتفاؤل. وإنه يقبل المخاطرة المحسوبة التي تؤدي إلى نجاح كبير.

5. **يتقبل النقد:** رائد الأعمال لديه مرونة كبيرة لتقبل آراء الآخرين، والاستفادة من نصائحهم ومشورتهم، ويعد الانتقاد والرأي الآخر طريقًا للتحسين والتطوير.

6. **المثابرة والإصرار:** رائد الأعمال يعمل بإصرار ومثابرة حتى يصل إلى الهدف المطلوب. وهو يرفض الانسحاب من المواقف الصعبة. ويصبر على التحدي، ويتجاوز العوائق، ولا يستعجل النتائج.

7. **القدرة على الإقناع:** رائد الأعمال لديه القدرة على إقناع الآخرين بفكرته ووجهة نظره باقتدار. ويستطيع جعل الآخرين يقبلون الفكرة، ويستحسنونها.

نشاط 3-1

صفات رائد الأعمال

هل تتمتع بصفات رائد الأعمال؟ هل أنت:

	نعم	لا
1. **تقدم على المخاطرة:** إن رائد الأعمال عادة ما يقدم على بعض الخاطرة المحسوبة، ولا يتردد في اقتناص الفرص، ويسير بحسب بديهته.	☐	☐
2. **صانع قرار:** إن كلمة (التأجيل) لا توجد بين المفردات التي يستخدمها رواد الأعمال أنهم يرتاحون إلى القرارات التي يتخذونها ويعرفون الى أين يذهبون.	☐	☐
3. **صانع أحلام:** إن رواد الأعمال لديهم أحلامهم وهم يناضلون لكي تتحول هذه الأحلام إلى حقائق، وهم لا يقولون: «أنا أتمنى» بل يقولون: «أنا سوف أكون».	☐	☐
4. **صاحب رؤية:** فبدلًا من النظر خطوة واحدة للأمام يستطيع رواد الأعمال أن يتخيلوا الصورة الكبرى الكلية سواء في الوقت الحالي أو في المستقبل.	☐	☐
5. **تتمتع بالدافعية:** لأن رواد الأعمال لديهم رؤية وحلم، فإنهم غالبًا ما يكونون أشخاصًا متحمسين ولديهم دافعية، ولا يتركون شيئًا يقف في طريق تحقيق أهدافهم.	☐	☐
6. **تمتلك الحماسة:** لأن رواد الأعمال تسيطر عليهم أحلامهم، فإن الحماسة تؤدي دورًا كبيرًا في تحويل هذه الأحلام إلى حقائق أنك يمكن أن تشعر بالحماسة تشع من رجل الأعمال الحقيقي.	☐	☐
7. **تتمتع بالثقة:** إن رواد الأعمال يعرفون إلى أين هم ذاهبون، ولماذا، وهم واثقون أنهم سوف ينجحون.	☐	☐
8. **تتمتع بروح النشاط:** إن رواد الأعمال يكونون ممتلئين بالحماس والدافعية بسبب أحلامهم لذلك فإنهم يكون لديهم دائمًا قدر كبير من الطاقة ويزدادون نشاطًا عندما يرون أن كل خطوة من خطوات حلمهم تقربهم من الحقيقة.	☐	☐

المبيريك، وفاء وأحمد الشميمري، مبادىء ريادة الأعمال. جمعية ريادة الاعمال. 2015م.

نشاط 4-1

تمرين تقييم سمات ريادة الأعمال لديك:

الآتي اختبار بسيط سوف يساعدك على تقييم مدى توافر سمات ريادة الأعمال لديك. من خلال عدد من الأسئلة ستقوم أنت بالإجابة عنها وتحديد الدرجة التي تستحقها على كل سؤال. ولذا يرجى الإجابة عن الأسئلة بكل صراحة وصدق. واعلم أن الإجابة التي ستذكرها ليست نتيجة نهائية تحدد نجاحك أو فشلك في مشروع ريادة الأعمال. ولكنها مؤشر لك لتحديد ما لديك من سمات وقدرات ومهارات متميزة، وما يحتاج إلى تطوير وتحسين فيها.

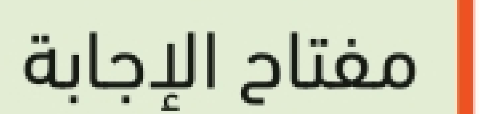
أجب عن الأسئلة الآتية عن طريق وضع علامة في أي من الأعمدة الثلاثة على يسار الجدول التي تحدد مدى توافر العنصر لديك سواء:

- **نعم:** يوجد لدي.
- **محتمل:** من الممكن أن يكون متوافرًا لدي.
- **لا:** لا يتوافر أو لا يوجد لدي.

الرقم	السمات والقدرات والمهارات	نعم 2	محتمل 1	لا 0
1	أهتم دائمًا بأن أكون ناجحًا.			
2	دائمًا أجدد في طريقة عمل الأشياء.			
3	أستغل أي فرصة إيجابية تظهر أمامي.			
4	أحب أن أكون مسؤولًا عن عمل ما.			
5	أبحث عن المعلومات الجديدة وأتعلمها.			
6	أصر على تحقيق ما أفكر فيه.			
7	أفكر في ابتكار أشياء جديدة.			

الرقم	السمات والقدرات والمهارات	نعم 2	محتمل 1	لا 0
8	لا أشعر بالتعب بسرعة عندما أقوم بعمل ما.			
9	يقال عني: إنني عنيد في آرائي.			
10	أفضل أن أحدد بنفسي ساعات مذاكرتي.			
11	أفضل دائمًا أن أعمل بمفردي.			
12	أجد متعة كبيرة في مادة الرياضيات.			
13	أشعر بالملل بسرعة.			
14	أحتاج إلى التشجيع لكي أستمر في العمل.			
15	أحب أن أتخذ قراراتي بنفسي.			
16	يمكن أن أتعرض للفشل.			
17	أعتقد أن رواد الأعمال يتعرضون لأخطار كبيرة.			
18	عندما أفشل أحاول ألا أكرر الأخطاء التي أدت إلى الفشل.			
19	أستمتع بحضور المناسبات الاجتماعية لمقابلة الآخرين.			
20	أفضل التعرف إلى أشخاص جدد وتبادل أرقام الجوالات والتواصل.			
21	أحب أن يكون لدي الكثير من المعارف والأصدقاء.			
22	أحب العمل لساعات طويلة من أجل إنجاز أهداف.			

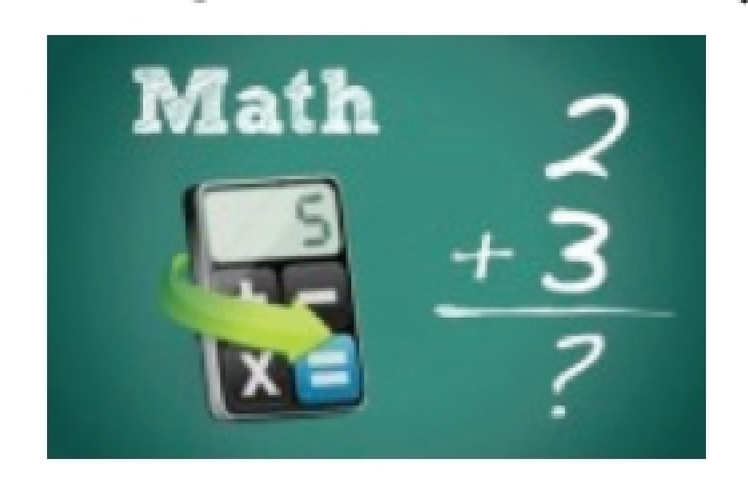
الرقم	السمات والقدرات والمهارات	نعم 2	محتمل 1	لا 0
23	أحب استخدام الإنترنت للحصول على المعلومات.			
24	أعتقد أن الإنترنت والجوال وسيلتان هائلتان للتعرف إلى أشخاص جدد.			
25	قبل البدء في أي عمل أفضل دائمًا أن أحدد خطوات التنفيذ.			
	المجموع لكل عمود			
	المجموع الكلي للأعمدة			



مفتاح الإجابة



- قم بإعطاء العبارات التي جاءت إجاباتك عنها في عمود (نعم) (2) درجة لكل عبارة.
- احسب عدد تلك العبارات واضرب العدد × (2).
- اكتب المجموع الذي حصل عليه عمود (نعم) في نهاية العمود.
- كرر الخطوات نفسها مع عمود (محتمل) وعمود (لا).
- احسب المجموع الكلي للأعمدة من خلال جمع درجات الأعمدة الثلاثة.



النتيجة

يمثل الجدول الآتي نتيجة ما قد تكون قد حصلت عليه من درجات كلية وتفسير تلك النتيجة.

المجموع الكلي للدرجات	التفسير
من 41 إلى 50	لديك إمكانيات جيدة لكي تصبح رائد أعمال ناجحًا. وأنت في الطريق الصحيح. والعمل الحر سيكون مناسبًا لك. احرص على تنمية مهاراتك، فستكون تاجرًا في المستقبل.
من 30 إلى 40	لديك قابلية أن تصبح رائد أعمال ناجحًا. ولكنك تحتاج إلى عمل جاد في صقل وتدريب المهارات والقدرات المتوسطة لديك. لا تيأس إذا كنت جادًّا، فيمكنك التأهيل، فلا يزال هناك متسع من الوقت.
أقل من 30	أنت غير مؤهل بشكل كاف لبدء مشروع ريادة أعمال بنفسك. ولكن يمكنك أن تشارك أحد زملائك وتكوين فريق عمل مشترك بينكما يعوض ما قد يكون من نقص لدى أيٍّ منكم.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

1. أنت تريد إنشاء مشروع صغير، فما هو نوع مشروعك؟ ولماذا اخترت هذا المشروع بالتحديد؛ أي ما هي الفوائد التي ستعود لك ولمجتمعك من المشروع؟
2. بعد معرفتك أن مشروعك الصغير قد يتعرض لمشكلات هل يمكنك أن تشرح كيف تفكر فيه وتخطط لمواجهة هذه المشكلات؟
3. هل يتوافر لديك أي سمة من سمات رائد الأعمال؟ ما هي؟
4. تمرين حسابي: يعيش فهد في مدينة جدة وتعد السباحة هي الرياضة المفضلة له. وقد فكر في عمل مشروع يستخدم فيه هذه الرياضة التي يحبها، وهو أن يكون معلم سباحة خاصًّا؛ أي حرًّا، أو أن يعمل في وظيفة مدرب سباحة في النادي الرياضي القريب من الحي الذي يقيم به.

إذا كان الجدول الآتي يبين مكاسب فهد لكى يصبح رائد أعمال أو العمل في وظيفة مدرب، وتحديد الأموال التي سيجنيها يوميًّا، وعدد الساعات التي سيعملها يوميًّا في مشروعه.

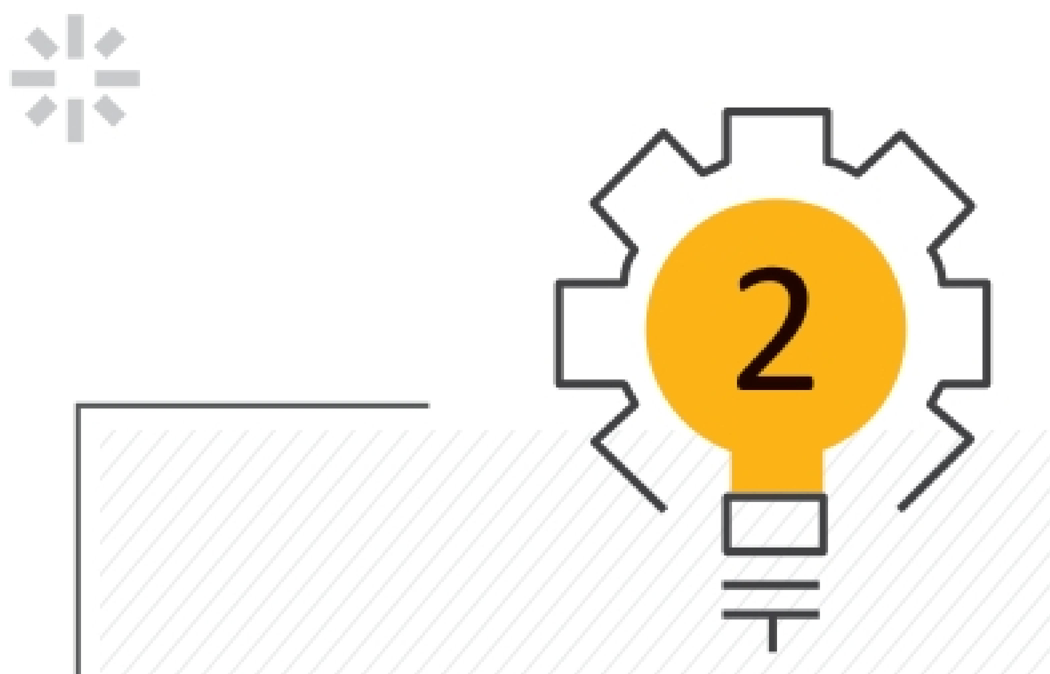
المشروع	المكاسب اليومية	عدد الساعات التي يعملها يوميًا	أجر فهد في الساعة
- وظيفة مدرب سباحة في النادي القريب للحي.	60 ريالًا	6 ساعات	
- مشروع معلم سباحة خاص للأطفال.	44 ريالًا	4 ساعات	

أ. هل يمكنك تحديد أجر فهد في الساعة من المشروع ومن الوظيفة؟

ب. أيهما سيكون مكاسبه أعلى الوظيفة أم المشروع؟ وضح إجابتك.

ج. إذا قرر فهد عمل مشروع لتقديم دروس خصوصية لتعليم الأطفال السباحة. إضافة إلى حبه للسباحة، فما هي بعض المهارات الأخرى التي قد يحتاج إليها فهد لكى يصبح رائد أعمال ناجحًا؟





الفصل الثاني



المشروع التجاري





أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل سيكون الطالب قادرًا على أن:

- يعرف المشروع التجاري.
- يفرق بين المشروع الكبير والمشروع الصغير.
- يصنف المشروعات بحسب المجالات الرئيسة الأربع.
- يعلل أهمية ريادة الأعمال.
- يحدد خطوات إنشاء المشروع.

الوحدة الأولى: ما هو المشروع التجاري؟

عندما تخرج إلى الشارع تجد أمامك كثيرًا من المحال التجارية. فنحن نشتري الحليب والسكر من التموينات الغذائية (البقالة)، ونشتري الأدوية من الصيدلية، والوجبات الغذائية من المطعم، وخدمة غسيل الملابس من المغسلة. كل هذه المحال هي مشروعات تجارية.

نحن في هذا الفصل سنتعرف إلى المشروعات التجارية وأنواعها ومجالاتها، والفرق بين المشروع الصغير والكبير، ثم فوائد إنشاء المشروع الصغير، وبعد ذلك خطوات إنشاء المشروع التجاري الصغير.

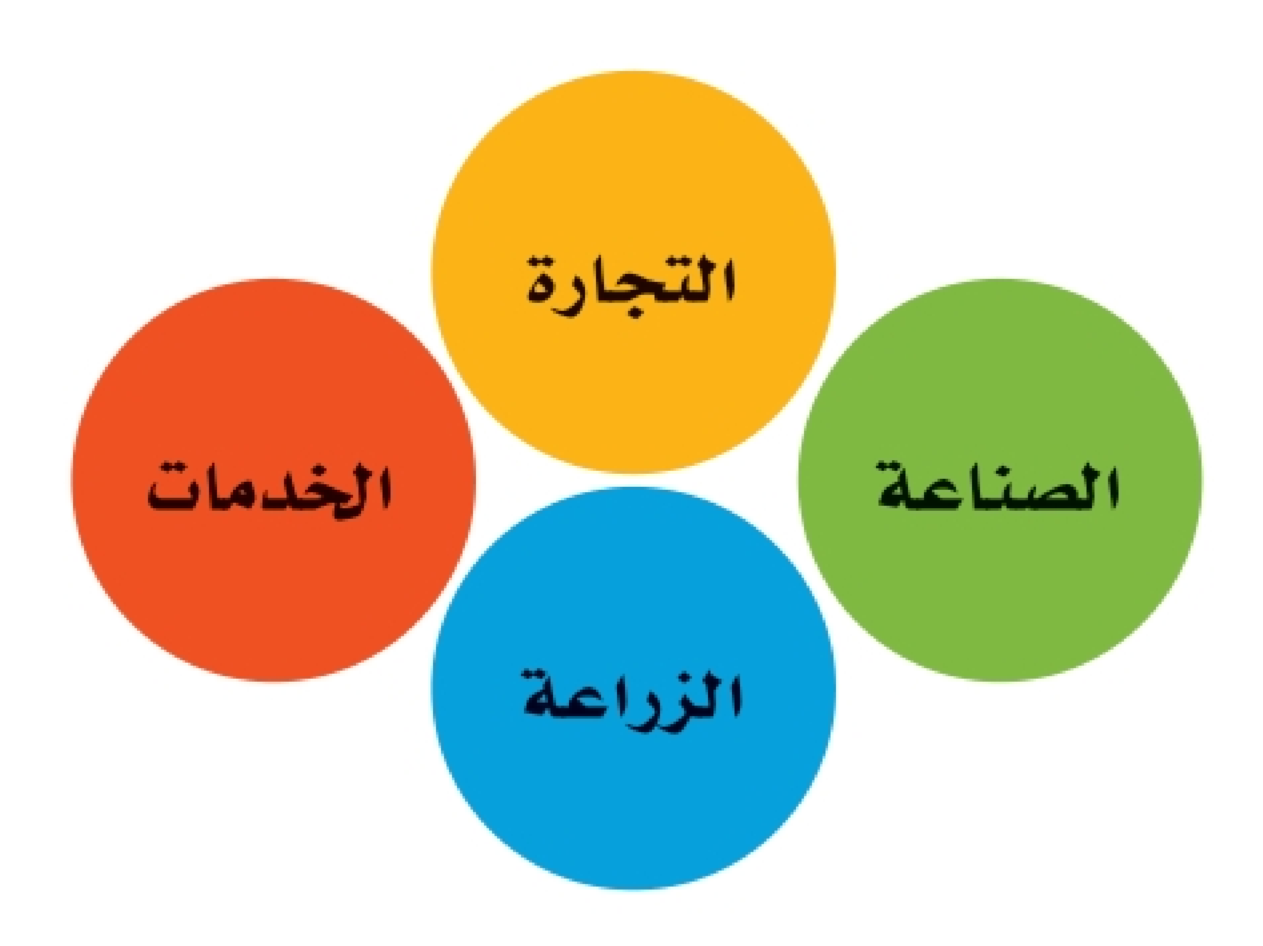
تعريف المشروع التجاري

«المشروع التجاري هو نشاط تستخدم فيه الموارد والأموال من أجل الحصول على منافع في زمن معين».

- فالموارد المستخدمة مثل الآلات والمعدات والمواد الخام والعاملين (الموارد البشرية).
- والأموال تتمثل برأس المال.
- أما المنافع فهي العوائد التي يجنيها المستثمر من المشروع، وتتمثل عادة في الإيرادات والأرباح.
- أما الزمن المعين فهو عمر المشروع.

ويطلق على المشروع التجاري أحيانًا النشاط التجاري، أو العمل التجاري، أو الأعمال.

وتصنف المشروعات التجارية أو الأنشطة التجارية إلى أربعة مجالات رئيسة كما تظهر في الشكل الآتي هي:



1. **التجارة:** مشروعات التجارة تعتمد على إعادة البيع والوساطة سواء تجارة الجملة أو تجارة التجزئة أو التصدير والاستيراد، وتاجر الجملة هو الذي يشتري البضاعة من المصنع، ثم يبيعها إلى تاجر التجزئة، أما تاجر التجزئة فهو الذي نشتري نحن منه بوصفنا مستهلكين. فهو يشتري من تاجر الجملة، ويبيع على الأفراد ومثال ذلك محال التموينات الغذائية (البقالة)، ومحال القرطاسية والمستلزمات المكتبية، ومحال بيع الملابس، والصيدليات، والمتاجر الإلكترونية، ومحال الأثاث، وكشك بيع مستلزمات الجوال، ومحل بيع الألعاب الإلكترونية، وبيع مستلزمات الأطفال. فهذه كلها تقوم بالشراء من تاجر الجملة أو من المصنع، وتبيع مباشرة إلى الأفراد.

2. **الصناعة:** تقوم الصناعة الصغيرة السابقة بالمهام نفسها التي تقوم بها الصناعة بشكل عام، فهي تقوم بتحويل مجموعة من المدخلات (المواد الخام - الآلات- العمال) إلى مجموعة من المخرجات، وهي المنتجات تامة الصنع التي تباع بعد ذلك بالسوق. والصناعات الصغيرة متعددة ومتاحة لرواد الأعمال، ويمكنه الدخول في عدد كبير من مجالاتها. ومن ذلك الصناعات الحرفية المختلفة. ومنها صناعة الطباعة، وصناعة الأيس كريم، وصناعة الأثاث،

وصناعة المنظفات، وصناعة الأواني الزجاجية، وصناعة الحرف اليدوية، وتصنيع وتعبئة الحلوى والمكسرات والكعك، وتصنيع منتجات البلاستيك، وهناك أمثلة أخرى على ذلك كثيرة.

3. **الخدمات:** هي منتجات غير ملموسة، ولا تتطلب تخزينًا، ولا تحتاج عادة إلى استثمار كبير في المعدات كما هو الحال في مشروعات الصناعة والتجارة؛ لذا فإن مشروعات الخدمات من المجالات الجاذبة لأصحاب المشروعات الصغيرة. ومن أمثلة تلك المشروعات: خدمات السياحة والسفر، وأكشاك المأكولات الخفيفة والأيس كريم، وخدمات غسيل الملابس، والنزل الصغيرة وتأجير الاستراحات، ومحال التجميل، والمشاغل النسائية، وخدمات تصميم المواقع، وخدمات الطباعة والتغليف، وأعمال الديكور والتصميم، ومراكز إصلاح الأجهزة الكهربائية والإلكترونية، وخدمات التجميل والعناية بالبشرة، والبرمجة، وغسيل الملابس، وخدمات التوصيل والنقل، وصيانة الجوالات وبرمجتها، وتأجير الدراجات النارية.

4. **الزراعة:** المشروعات الزراعية تعتمد على منتجات الزراعة، وتتميز عادة بأنها موسمية بحسب نوع المحاصيل ومن أمثلتها مزرعة لإنتاج التمور، وحقول لإنتاج الخضراوات الخفيفة مثل النعناع والجرجير والبطيخ. وبيوت محمية صغيرة لإنتاج بعض الخضراوات، أو الورد أو بيع الفسائل عبر المشاتل الزراعية الصغيرة.

نشاط 2-1

قم مع زملائك عبر المجموعات بتصنيف هذه المشروعات وفق تصنيف الجدول:

وكالة سياحة وسفر، ومتحف خاص، وصيدلية، وبيع سيارات مستعملة، وزراعة النعناع، وبيع تحف، وصناعة أبواب تراثية، وصناعة بشوت، وتموينات، وتصليح

وصيانة ثلاجة تبريد فواكه، وتوريد أقمشة رجالية، وبيع مستلزمات نسائية، وبيع ملابس رجالية، ونادي لياقة، وإنتاج أعلاف، وزراعة تمور.

تجارة	صناعة	خدمات	زراعة

الوحدة الثانية: المشروع الكبير والمشروع الصغير

هناك مشروعات كبيرة وأخرى صغيرة، فالمشروعات الصغيرة تتميز بأن رأس مالها صغير، وعدد العاملين محدود، وحجم المبيعات قليل. ويخدم المحيط الصغير حوله. ومن هنا، فإن المشروعات الصغيرة لا يمكن أن تعمل في جميع المجالات. وللتفريق بينهما نورد الجدول المختصر الآتي:

جدول 2-1 الفرق بين المشروع الكبير والمشروع الصغير

مشروع كبير	مشروع صغير
رأس مال كبير	رأس مال صغير
عدد العاملين كبير	عدد العاملين محدود
حجم المبيعات كبير	حجم المبيعات قليل

ومن الأمثلة على المشروعات الصغيرة ما يأتي:

- **التجارة:** كشك بيع مستلزمات الجوال، ومحل بيع الألعاب الإلكترونية، والبقالة، وبيع مستلزمات الأطفال، وبيع الحلويات، والصيدليات، والمتاجر الإلكترونية الصغيرة.
- **الصناعة:** صناعة الحرف اليدوية، تصنيع وتعبئة الحلوى والمكسرات والكعك، تصنيع منتجات بلاستيك، صناعة الأثاث.
- **الخدمات:** تقديم المأكولات الخفيفة، والخدمات السياحية، وخدمات التجميل والعناية بالبشرة، والبرمجة، وتنظيف الملابس، وخدمات التوصيل والنقل، وصيانة الجوالات وبرمجتها، وتأجير الدراجات النارية.
- **الزراعة:** زراعة الورد، وزراعة الخضراوات، وزراعة التمور، ومشتل صغير.

إن تصنيف المشروعات إلى كبير وصغير يختلف من دولة إلى أخرى لأسباب عدة، وبحسب تصنيف المنشآت الصغيرة في المملكة العربية السعودية، فإن المنشآت متناهية الصغر هي التي يكون عدد العاملين فيها أقل من خمسة، وإيراداتها السنوية أقل من ثلاثة ملايين. أما الصغيرة فهي التي يتراوح عدد العاملين فيها من 6–49 موظفًا، والإيرادات السنوية من 3–40 مليون ريال. أما المنشآت المتوسطة فهي التي يتراوح عدد العاملين فيها من 50–249 موظفًا والإيرادات السنوية من 40–200 مليون ريال.

خصائص المشروعات الصغيرة

تتمتع المنشآت الصغيرة بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المنشآت التي يعزى إليها انتشار هذه المنشآت بشكل كبير في معظم دول العالم. وينبغي التأكيد على أن اختلاف المنشآت الصغيرة عن غيرها من المنشآت لا يقتصر على محدودية الحجم بل على كثير من الخصائص المميزة لها.

1. **تتميز المنشآت الصغيرة بسهولة التأسيس:** من أهم ما يميز المنشآت الصغيرة محدودية التكاليف اللازمة لتأسيسها وتشغيلها مقارنة بالمنشآت الأكبر حجمًا. إضافة إلى انخفاض المصروفات الإدارية اللازمة لهذه المشروعات، وذلك يعود بشكل أساسي إلى بساطة وسهولة الهيكل الإداري والتنظيمي فيها.

وبشكل عام، فإن إجراءات تكوين مثل هذه المشروعات يعد محدودًا وغير مكلف، فقد أدى ذلك إلى عدم وجود قيود على إمكانية الدخول إلى قطاع المنشآت الصغيرة وخاصة في الدول النامية. وقد شجع ذلك من ثم على ارتفاع نسبة نمو هذه المشروعات في مختلف الأنشطة الاقتصادية.

2. **نمط الملكية المحلية:** إضافة إلى أن المشروعات الصغيرة تختص بملكيتها لحصة محدودة في السوق الذي تعمل فيه، فإنه في الغالب أن من يملك المنشأة

الصغيرة أشخاص يقيمون ضمن المجتمع المحلي ومن ثم فإن ذلك يؤدي إلى زيادة استقرار العمالة وإتاحة الفرصة لوظائف أكثر للمقيمين في المنطقة. والإحساس السريع بحركة السوق والإلمام المباشر بما يسمح بسرعة التكيف وتعديل أوضاع المنشأة.

3. **المعرفة التفصيلية بالعملاء والسوق:** كما ذكر سابقًا، فإن سوق المنشآت الصغيرة محدود نسبيًّا مما يتيح المعرفة الشخصية بالعملاء والتعرف إلى احتياجاتهم ورغباتهم بشكل مباشر ومن ثم القدرة على تحقيق الاستجابة السريعة لأي تغير فيها، وذلك يحقق القدرة على التحديث المستمر للبيانات الخاصة بالعملاء. وذلك بالمقارنة مع المنشآت الكبيرة التي تحتاج إلى بحوث التسويق للتعرف إلى احتياجات العملاء ومن ثم بناء الإستراتيجيات التسويقية الملائمة.

4. **قوة العلاقات بالمجتمع:** من أهم ما تتميز به المنشآت الصغيرة العلاقات القوية بالمجتمع المحلي المحيط بها التي يظهر أثرها في وجه الخصوص عند مواجهة المشكلات التي تعوق العمل. حيث إن صاحب المشروع الصغير تربطه علاقة شخصية بعملائه ومستخدميه، فهو يعرفهم بالاسم، ويتعامل معهم على مستوى شخصي، ومن خلال تلك العلاقة يشارك صاحب المشروع الصغير في شؤون المنطقة التي يقع فيها المشروع اجتماعيًّا وثقافيًّا وسياسيًّا.

5. **مرونة الإدارة وسهولة الأنشطة:** تتمتع المنشآت الصغيرة مقارنة بغيرها ببساطة تنظيمها؛ وذلك لمحدودية العاملين في المنشأة حيث إن العمل في هذه المنشآت قائم على سهولة توزيع الاختصاصات ووضوحها وتحديد المسؤوليات مع سرعة إسناد الصلاحيات والسلطات، ووضوح الإجراءات والنماذج والسجلات المستخدمة مع وضوح القواعد والأسس.

إضاءة

في عام 1994م قام اثنان من تلاميذ المدارس الثانوية في أمريكا رتشارد، وشقيقه ديفيد دارلنج، تحولا من مجرد اللعب بألعاب الكمبيوتر إلى كتابتها وتصميمها. فقد استطاعا إنتاج عدد من ألعاب التسلية، ولتعريف العملاء بها قاما بالإعلان عنها في مجلات الكمبيوتر الأسبوعية التي كانت تصدر في المدينة التي يقيمان بها، مقابل 70 دولارًا دفعاها للمجلة. على الرغم من عدم تأكدهما من النتائج التي سيحصلان عليها من ذلك الإنفاق.

وقد ترتب على تلك الـ 70 دولارًا للإعلانات تلقيهما طلبات لمنتجهما وصلت إلى 800 دولار، ما دفعهم بعد مرور سنتين على تأسيس شركة لإنتاج السوفت وير للألعاب.

اليوم المشروع يحقق مبيعات تقدر بنحو 100 مليون دولار سنويًا. ويعمل به موظفون يتجاوز عددهم 400 موظف. وهكذا فإن أخطار إنفاق 70 دولارًا في إعلانات نتجت عنها ثروة هائلة.

المرجع: كتاب التاجر الصغير -الشميمري وآخرون- 2014م.

الوحدة الثالثة: عوامل النجاح للمشروع

هناك مجموعة من العوامل التي يجب توافرها في هذه المنشآت لكي تستطيع أن تسير في طريق النجاح. وإن هذه العوامل تشمل العوامل الشخصية الخاصة بمؤسسي المنشأة، ومجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة الداخلية للمنشأة، وأخيرًا هناك مجموعة العوامل المتعلقة بالبيئة الخارجية التي لا بد من توافرها لضمان نجاح قطاع المشروعات الصغيرة.

1. **العوامل الشخصية:** نظرًا لأن المنشأة الصغيرة يتم تأسيسها في القطاع الخاص قد يكون لدوافع ذاتية وشخصية خاصة بالمؤسس، فإن القطاع الخاص يتمتع ببعض الخصائص التي يتطلبها العمل الحر والتي يجب أن يراعيها مؤسس المنشأة الصغيرة، وأن يتكيف شخصيًّا وفقًا لها. وحيث إن الربح هو الحافز المحرك للمنشآت في القطاع الخاص، فإن تحقيق هذا الهدف يتطلب الآتي:

- طول مدة العمل اليومي مع سيادة نظام الدوامين في الغالب.
- من المتطلبات المهمة الانضباط في العمل.
- إجادة كثير من المهارات المهمة مثل اللغة الإنجليزية، والحاسب الآلي، والخلفية الإدارية وغيره من المهارات الفنية المهمة.
- الجدية من قبل المستثمر للتكيف مع ظروف العمل.
- الحرص قدر الإمكان على اكتساب الحد الأدنى من الخبرة قبل تأسيس المشروع. خاصة أن فرصة اكتساب الخبرة بشكل عملي وسريع أكبر في المنشآت الصغيرة؛ وذلك لارتباط صاحب المشروع المباشر بأنشطة المشروع، فغالبًا ما يقضي صاحب المشروع وقتًا طويلًا يوميًّا في أعماله الخاصة.

2. **العوامل المتعلقة بالمنشأة:** هناك مقومات أساسية عدة تتعلق بالمنشأة نفسها يجب مراعاتها لتحقيق نسبة أكبر في احتمالية نجاح المشروع، ومن هذه العوامل ما يجب الإعداد له وتجهيزه قبل إنشاء المشروع والبعض الآخر يمكن تحقيقه في أثناء التشغيل.

- أهم خطوة للإعداد للمنشأة الصغيرة هي إجراء دراسة أولية عن جدوى المشروع، التي على ضوئها يمكن وضع خطة للمشروع حيث وجد أن من أهم المشكلات المسببة للفشل هي تجاهل هذه الدراسة واستئناف المشروع بشكل ارتجالي غير مدروس.
- تطوير القدرات الإدارية اللازمة لسير العمل في المنشأة حيث إن تطوير وتحديث ورفع كفاءة الإدارة يترتب عليه أن الإدارة في المنشأة تعتمد منهجًا صحيحًا للإدارة في تحقيق أهدافها.
- تعزيز ودعم وظيفة التسويق في المنشأة الصغيرة التي تساعد على معرفة السوق والفرص التسويقية والحرص على تحسين جودة المنتج. وإن التوجهات التسويقية الحديثة تساعد بشكل قاطع على إرضاء العميل.
- الاهتمام بوظيفة التمويل والمحاسبة، التي تساعد على وضع الخطط المالية الملائمة مع التعامل مع الجوانب المالية والمحاسبية بطريقة صحيحة تضمن التغلب على المشكلات في هذا الحقل، وترشيد التكاليف عن طريق تخصيص الموارد المتاحة واستخدامها بكفاءة.
- توظيف التقنية في المشروع بما يتلاءم مع احتياجات المنشأة ومتطلبات النشاط، فمثلًا يمكن أتمتة جميع الأعمال الإدارية داخل المشروع، بحيث يتم الاستغناء عن الورق قدر الإمكان. ومن ذلك استخدام أنظمة الموارد البشرية والمحاسبة والمخازن بما يضمن تنظيم العمل وتجويده. ويساعد ذلك على توظيف التقنية مع تطور المشروع ونموه ويجعلها أكثر فعالية.

3. **العوامل المتعلقة بالبيئة:** هناك عدد من الإمكانيات اللازم توافرها في البيئة لكي تسهم بشكل فاعل في تمهيد طريق النجاح لهذا القطاع. ومن أهم هذه العوامل الآتي:

- التخطيط المركزي الحكومي لأنشطة المشروعات الصغيرة مع تحديد أوجه المساعدة التي يحتاج إليها كالتمويل والتسويق، وذلك بعد تحديد احتياجاتها. ومثال ذلك إنشاء هيئة المشروعات الصغيرة في المملكة العربية السعودية عام 1437هـ.
- الدعم الحكومي لعملية تطوير رواد الأعمال Entrepreneurs من خلال التنسيق مع الجامعات والمعاهد المتخصصة.
- دعم الاختراع والابتكار في الجامعات وحث القطاع الخاص للمساهمة في تطوير ودعم البحث العلمي التطبيقي.
- وجود قاعدة بيانات مركزية تتلاءم مع احتياجات المشروعات الصغيرة، وتساعدها على توفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات.
- التنسيق مع الجهات التمويلية المختلفة لوضع برامج تمويلية متنوعة وداعمة للمشروعات الصغيرة.
- تقديم المساعدات التسويقية على المستويين المحلي والدولي.
- تنسيق التكامل مع المشروعات الكبيرة من خلال توفير المعلومات المتعلقة بالمشروعات الكبيرة من المواصفات اللازمة لاحتياجاتها من مستلزمات الإنتاج التي تقدمها المشروعات الصغيرة.

إضاءة

الرخصة الدولية لريادة الأعمال (ILFEN)

هي رخصة تمنح لمن يكون مؤهلًا لإنشاء مشروعات الأعمال. وهي تعكس إمكانية أن يكون حامل هذه الرخصة قادرًا على إنشاء عمل ريادي حر بنجاح. وقد تم الإعلان الرسمي للرخصة بنسختها العربية عام 2009م. وهو مشروع وطني سعودي طموح يسعى إلى أن ينتشر في العالم العربي بوصفه نموذجًا لتأهيل الشباب نحو العمل الحر بشكل احترافي. وقد تم عقد دورات عدة تأهيلية للحصول على الرخصة الدولية لريادة الأعمال (ILFEN) للرجال والنساء وبمعدل (100) ساعة تدريبية ولمدة ثلاثة إلى أربعة أسابيع، تستخدم فيها أحدث الوسائل والتطبيقات العملية، والتمارين الحديثة، متضمنة كيفية تحويل الفكرة إلى فرصة، ثم إعداد خطط العمل، وكيفية الإدارة والتسويق والتمويل، وتزويد المشاركين بالمهارات التطبيقية والفنية اللازمة للمشروعات الريادية. موقع الرخصة الإلكتروني www.ilfen.com

كيف يمكن أن تتجنب الفشل؟

الفشل ليس عيبًا والإخفاق ليس نهاية المطاف، وقد يفشل رائد الأعمال لكنه ربما استفاد كثيرًا من ذلك الفشل لنجاح قادم، ولولا وجود الفشل لما استطعنا معرفة كيف الوقوع فيه. وفي هذا القسم نورد عددًا من الاقتراحات التي يمكن أن تساعد على علاج أسباب فشل المشروعات الصغيرة وهي كما يأتي:

1. **افهم مشروعك بعمق:** من المهم بناء الخبرة والمعرفة المناسبة للنشاط الذي سيزاوله رائد الأعمال. حيث ينصح المستثمر بداية بتحصيل المعرفة اللازمة عن القطاع الذي سيتم الاستثمار فيه وجمع كل المعلومات اللازمة لذلك ومن جميع المصادر من خلال الاطلاع على المصادر المكتبية المختلفة كالمجلات والدوريات، والكتب، والتقارير، والإحصائيات. من الضرورة الاتصال بالموردين والعملاء والهيئات التجارية وكل من له علاقة بالقطاع الذي يمكن الاستثمار فيه.
2. **تطوير خطة عمل ملائمة:** إن إعداد خطه عمل Business plan يعد أمرًا مهمًّا لأي رائد أعمال يسير في طريق غير واضح، وعلى الرغم من ذلك، فإن

الكثير من رواد الأعمال لا يخصصون جزءًا من وقتهم لتطوير هذه الخطة. ومن فوائد خطة العمل أنها تساعد على تمهيد طريق النجاح، وتعد وسيلة للمقارنة وقياس الإنجازات الحقيقية فضلًا على أن الخطة تساعد رائد الأعمال على التأكد من صحة الفروض قبل اتخاذ أي قرارات مرتبطة بالاستثمار. وتساعد على مواجهة الصعوبات والتحديات والإجابة عن أهم الأسئلة قبل الاستثمار.

3. **إدارة مصادر التمويل:** إن أفضل وسيلة لمواجهة الصعوبات المالية هي تطوير نظام عمل، ومن ثم استخدامه في اتخاذ القرارات الصحيحة، ولا يمكن لأي رائد أعمال تحقيق الرقابة في الاستثمار إذا لم يكن قادرًا على المحافظة على مركزها المالي. وإن أول خطوة في إدارة المصادر المالية بجدارة هي الحصول على رأس مال تأسيسي جيد حيث إن تكاليف التأسيس باهظة جدًّا.

4. **فهم القوائم المالية:** من المهم أن يطلع رائد الأعمال على وضع استثماره من خلال الاعتماد على السجلات والقوائم المالية، حيث إن هذه القوائم تمثل وسيلة إدارية صعبة. ومن متطلبات النجاح الأساسية في أي مشروع هي بناء المفاهيم البسيطة للمحاسبة والتمويل. حيث إن التفسير الملائم لهذه القوائم يعد مؤشرًا يعتمد عليه للتأكد من صحة الاستثمار، أو التعرف إلى المشكلات التي يمكن أن يتعرض لها المشروع، ومن أمثله ذلك انخفاض المبيعات، وتدهور الأرباح، وارتفاع الديون، وتقلب رأس المال العامل.

5. **إدارة الأشخاص بنجاح:** على الرغم من محدودية عدد العاملين في المشروع الصغير إلا أنه لا بد من معرفة إدارة الناس بنجاح حيث إن من متطلبات المشروع استقطاب كفاءات متدربة، ويقدم لها حوافز ملائمة. وهذا الأمر مهم حيث إن كفاءة الأشخاص هي التي تحدد مدى نجاح المشروع. وهذه القضية تمثل أحد التحديات التي تواجهها المشروعات الصغيرة.

6. **اهتم بنفسك:** إن نجاح أي مشروع يعتمد بشكل كبير على سلامتك واهتمامك وتمتعك بصحة جيدة؛ لذا من المهم معالجة أي ضغوط يتعرض لها رائد الأعمال. وإن من المهم إدراك أن أهم ما يمتلكه المستثمر هو وقته حيث إن من المهم إدارة هذا الوقت بنجاح. ولا يمكن تحقيق هذا النجاح من دون عزيمة وإصرار وصبر.

الوحدة الرابعة: خطوات إنشاء المشروع الصغير

يقول المثل: «إن خطوات الألف ميل تبدأ بخطوة» وإنشاء المشروع الصغير كذلك، فهو يتطلب المرور بخطوات ومراحل عدة حتى يبدأ، ثم يستمر، وينجح. ويمكن إجمال الخطوات الأساسية لإنشاء المشروع التجاري الصغير بالآتي:

الشكل 2-1 خطوات إنشاء المشروع الصغير



أولًا: تحديد المشروع

تشمل هذه الخطوة تطوير الفكرة لتصبح فرصة، وتحديد المنتج المختار، ومدى حاجة السوق له، ومن هم العملاء؟ وكم رأس المال التقريبي المقترح؟ وفي هذا المقرر سوف نستعرض ضمن هذه الخطوة مراحل تحويل الفكرة إلى فرصة، والتعرف إلى السوق.

ثانيًا: الإعداد للمشروع

تشمل هذه الخطوة خطة الأعمال، وتحديد العاملين بالمشروع، وتحديد موقع المشروع، وكيفية الإنتاج أو تقديم الخدمة، والإيرادات المتوقعة، والمصروفات المحتملة. وفي هذا المقرر سوف نستعرض خطة الأعمال.

ثالثًا: تقييم خيارات المشروع

تشمل هذه الخطوة الخيارات الأساسية للمشروع مثل تحديد مصادر التمويل، فهل سيلجأ رائد الأعمال للاقتراض أم لا؟ ومن أين سيقترض؟ وكم سيقترض؟ وهل سيختار شريكًا له، أو سيقوم بالمشروع بمفرده؟ وأين موقع المشروع؟ ويحدد في هذه الخطوة أيضًا الشكل القانوني للمشروع. وفي هذا المقرر سوف نستعرض مصادر التمويل، والخطة التسويقية، والخيارات المهمة أمام رائد الأعمال، والشكل القانوني لمنشآت الأعمال، واختيارات الموقع.

رابعًا: تنفيذ المشروع

تشمل هذه الخطوة البرنامج الزمني لتنفيذ عمليات المشروع، ومتى سيبدأ؟، وكيفية إدارة عملياته، وتقسيم الأعمال بين فريق العمل. وفي هذا المقرر سوف نستعرض إجراءات تأسيس المشروع، ووضع خطة التنفيذ. والتعرف إلى الجهات الداعمة لرواد الأعمال.

خامسًا: مراجعة المشروع وتقييمه

تشمل هذه الخطوة تقييم أداء المشروع والعاملين فيه، ومدى ربحيته، ومدى تحقيق أهداف المشروع. وتشمل هذه الخطوة سبل متابعة المشروع وتقدمه ونموه، ووسائل المراقبة والسيطرة للأخطار المحتملة للمشروع قبل وقوعها، وأخيرًا وضع خطة احتياطية للخروج من المشروع.

قصة نجاح

سوزان صاحبة الإرادة

تلميذة أخرى اسمها (سوزان) Susan كانت مريضة جدًّا بأحد الأمراض الذي قيد حركتها بدرجة كبيرة. ولكنها بدأت مشروع بيع دمى للأطفال مصنوعة يدويًّا، وكانت تكاليف بدء مشروعها 200 دولار، وتكاليف مستلزمات صنع الدمية الواحدة 7,5 دولار. وكانت سوزان تستغرق أربع ساعات في صنع الدمية الواحدة، وقيمت ساعات عملها بـ خمسة دولارات للساعة.

ومن ثم فإن التكاليف الكلية للدمية الواحدة كانت 27,5 دولار [7,5 تكاليف مستلزمات صنع الدمية + 20 دولارًا (خمسة دولارات تكلفة الساعة × أربع ساعات عمل للدمية)]. وقد تمكنت سوزان من بيع نحو ثماني دمى أسبوعيًّا بسعر الواحدة خمسة وأربعون دولارًا. وبعد أشهر قليلة أصبحت سوزان تصنع الدمى في المنزل، وتبيعها في كشك بأحد المولات. وإن كثيرًا من أصحاب المتاجر في المول كانوا يشترون دمى سوزان الجميلة، ويبيعونها في متاجرهم.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

أولًا: أجب عن الأسئلة الآتية

1. إذا بدأت مشروعًا صغيرًا، فماذا سيكون؟
2. لماذا تعتقد أن بدء مشروع صغير سيكون مفيدًا لك؟
3. ما الذي تحتاج إليه لكي ينجح مشروعك؟
4. عدّد ثلاثة من سمات المشروع الصغير.
5. ما هي الأسئلة الخمسة التي يجب أن تجيب عنها بوصفها خطوات لبدء مشروع صغير؟
6. ما أسباب اختلاف تصنيف المنشآت إلى كبيرة وصغيرة من دولة إلى أخرى؟
7. اذكر واحدة من القدرات التي لدى المشروعات الصغيرة، مقارنة بالكبيرة التي تجعلها أكثر قدرة على الابتكار:

ثانيًا: أكمل الفراغ

1. .... هو ذلك المشروع الذي يتميز بانخفاض رأسماله، وقلة عدد العاملين، وصغر حجم مبيعاته.
2. من المجالات الصناعية التي يمكن أن تعمل بها المشروعات الصغيرة ....
3. من المجالات التجارية التي يمكن أن تعمل بها المشروعات الصغيرة ....
4. من مجالات الخدمات التي يمكن أن تعمل بها المشروعات الصغيرة ....

ثالثًا: تمرين حسابي

فهد ومحمد وإبراهيم لديهم مشروعاتهم الخاصة بهم. وقد استثمر كل منهم فى مشروعه ألف ريال مدخراته. ويكسب كل واحد منهم مئتي ريال من مشروعه شهريًّا. إذا كان الجدول الآتي يبين ما يفعله كل من فهد ومحمد وإبراهيم بمكاسبهم من مشروعاتهم خلال 3 شهور:

مشروع	المدخرات المستثمرة في بداية المشروع	المكاسب في الشهر الأول مئتا ريال	المكاسب في الشهر الثاني مئتا ريال	المكاسب في الشهر الثالث مئتا ريال
فهد	ألف ريال	أعاد استثمارها في المشروع	أعاد استثمارها في المشروع	أعاد استثمارها في المشروع
محمد	ألف ريال	أعاد استثمارها في المشروع	أنفقها على وليمة لأصدقائه	أعاد استثمارها في المشروع
إبراهيم	ألف ريال	أنفقها على شراء إطارات لسيارته	أنفقها على شراء حذاء رياضي جديد	أنفقها على شراء كماليات للسيارة

أ. كم ستكون استثمارات فهد في مشروعه بعد مرور ثلاثة شهور؟

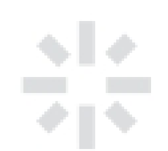
ب. كم ستكون استثمارات محمد في مشروعه بعد مرور ثلاثة شهور؟

ج. كم ستكون استثمارات إبراهيم في مشروعه بعد مرور ثلاثة شهور؟

د. أي منهم كان الأفضل في التعامل مع مكاسبه واستثماراته، ومن ثم مشروعه سيحقق مبيعات ومكاسب مالية أكبر من الآخرين؟



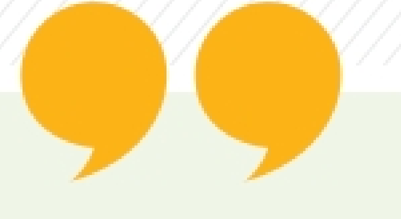




الفصل الثالث

تحويل الأفكار إلى فرص





أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل ستكون قادرًا على:

- تعريف الاختراع والابتكار.
- تحول المشكلات لتكون أساس وضع الحلول الابتكارية.
- تصوغ الفكرة التي تفكر فيها.
- تقيم الأفكار الجديدة.
- تجمع البيانات الخاصة بمشروعك التجاري.
- تحلل المعلومات بطريقة فعالة.

الوحدة الأولى: الاختراع والابتكار

تعريف الاختراع

الاختراع: هو كل فكرة جديدة مفيدة قابلة للتطبيق.

الاختراع: هو فكرة جديدة لحل مشكلة قائمة وقابلة للإنتاج الصناعي.

وبمعنى آخر، فالمخترع من يقدم شيئًا جديدًا لم يسبقه أحد إليه. فالعالم الكبير أديسون مخترع لم يسبقه أحد في اختراع الكهرباء وأُسِّس على ذلك كثير من الاختراعات. ومن اختراعات المسلمين اختراع الإسطرلاب، وتقنيات الكاميرا، ومقياس حرارة الهواء. ومن أمثلة الاختراعات الحديثة: الطائرات بلا طيار، وشاشات البلازما، والهواتف الذكية، والسيارات التي تعمل بالطاقة الشمسية.

براءة الاختراع: Panent

في بداية مرحلة البحث والتطوير لأي ابتكار يمكن لرائد الأعمال أن يبقيه سرًّا، ولكن عندما يكون المنتج جاهزًا لطرحه في السوق، فإنه سيكون عرضة للتقليد، وربما تمكن أحد المنافسين بإنتاجه مرة أخرى بكفاءة أعلى من صاحب الابتكار. لذلك تم إيجاد ما يسمى براءة الاختراع.

براءة الاختراع: هي حماية مؤقتة لفكرة جديدة مقبولة ومميزة لها الفائدة المجتمعية وإمكانية التطبيق. وهي تمنح المخترع القوة القانونية لمنع أي شخص من استخدام الاختراع دون إذن أو رخصة من المخترع.

ولكي تتمكن من تسجيل الاختراع في المملكة العربية السعودية فيمكنك التواصل مع مكتب البراءات السعودي في مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية عبر الموقع الإلكتروني. ويمكنك التسجيل عبر مكتب براءات الاختراع لمجلس التعاون لدول الخليج العربية.

معايير الحصول على براءة الاختراع

من أجل الحصول على براءة اختراع فإنه من المهم استيفاء المعايير الآتية:

1. لا بد أن يكون الاختراع متضمنًا شيئًا جديدًا، ولم يسبق معرفته.
2. لا بد أن تتضمن الفكرة خطوات مبتكرة، بمعنى أن يكون تطوير الفكرة ليس معلومًا لأي شخص عادي له معرفة في المجال نفسه. فلا بد أن تكون عمليات التطوير نقلة لا تعديلًا عاديًّا لمنتج موجود.
3. لا بد أن يكون الاختراع ممكن التحويل إلى منتج تجاري أو صناعي.
4. ألا يكون الاختراع في مجالات محظورة أو غير مقبولة.

الابتكار

الابتكار هو المقدرة على تطوير فكرة أو عمل أو تصميم أو أسلوب أو أي شيء آخر وبطريقة أفضل وأيسر وأكثر استخدامًا وجدوى، وهناك لبس كبير بين الابتكار والاختراع عند عموم الناس؛ فالابتكار يعتمد على التطبيق والاستخدام الواقعي، أما الاختراع فهو إيجاد الفكرة أو التصميم أو الأسلوب من العدم بحيث إنه لم يكن له مثيل من قبل، وليس شرطًا أن يكون الاختراع قابلًا للتنفيذ. فإذا ما عدل عليها، وأضيف لها تحسينات تسمى هذه الإضافات الابتكار.

ويُشكِّل الابتكار في يومنا الحاضر المحرك الأكثر أهمية للنمو الاقتصادي للدول، فهو يعتمد على مناخ اجتماعي داعم للمبادرة ضمن ثقافة من الحرية الاقتصادية والفكرية. ويدرك صنّاع السياسة ضرورة تشجيع هذا النوع من النظام المتكامل أو

التعاوني للابتكار حتى تنهض الدول. والابتكار هو أساس ريادة الأعمال والقاعدة التي ينبني عليها الاقتصاد المعرفي.

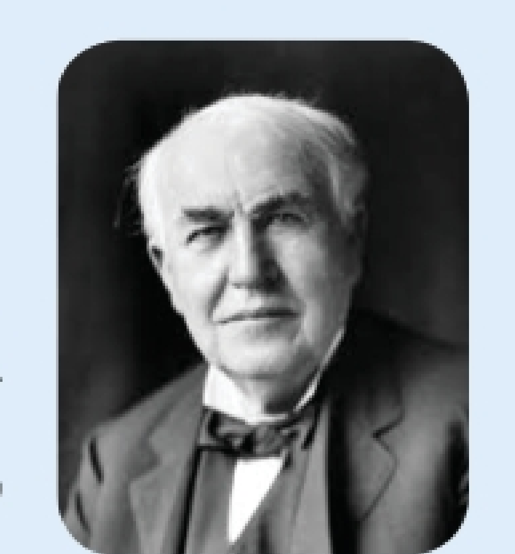
وهناك فرق بين الإبداع والابتكار، فالإبداع هو تقديم فكرة جديدة غير مسبوقة، في حين أن الابتكار هو تحويل الفكرة إلى تطبيق عملي. ومثال ذلك، فكرة إنتاج سيارة تسير بوقود الماء، فهذا تفكير إبداعي ولكن إنتاج هذه السيارة وبيعها في السوق يعد ابتكارًا.

خصائص الإبداع والابتكار:

- يتسم الإبداع والابتكار بعدد من الخصائص التي تميزه، والتي منها ما يأتي:
- الفكرة الإبداعية دائمًا صغيرة، ثم تمر بمراحل متعددة.
- الإبداع يحتاج إلى دعم القادة، وإذا لم تصل فكرة الإبداع إلى القادة فقد لا تصل إلى نتيجة، وإن وصلت لنتيجة فقد لا ترى النور فى التطبيق.
- لا يقتصر الإبداع على الأذكياء فقط، ولكن توافر الذكاء يرفع القدرة على الإبداع.
- يجب أن يكون الإبداع حديثًا وجديدًا.
- الإبداع يكون موجودًا داخل كل فرد منا، ولكن بدرجات مختلفة.
- الإبداع يهدف إلى تحقيق فوائد ومنافع لكل من الفرد والمنظمة والمجتمع.
- يمكن تنمية الإبداع ودعمه.
- الإبداع ليس موروثًا فقط (أي إن الشخص لا يولد مبدعًا بالفطرة فقط)، بل يمكن تنمية الإبداع داخل الشخص من خلال التدريب والتجريب، ووجود البيئة المحفزة للأشخاص المبدعين.
- الفكرة الإبداعية يجب أن تخدم المجتمع والمستقبل حتى تكون قابلة للتطبيق الفعلي، (بمعنى أنه لا يجب أن تكون الفكرة الإبداعية متعارضة مع مصلحة المجتمع مستقبلًا).

• الإبداع لا يقتصر على الاختراعات في مجال التكنولوجيا فقط، بل يمكن أن يتم فى جميع المجالات الإدارية والاقتصادية وغيرها.

إضاءة



أديسون

يُعدّ الأمريكي توماس ألفا أديسون (1847-1931م) واحدًا من عمالقة العلوم التطبيقية؛ حيث سجل باسمه (1093) اختراعًا، وقدرت اختراعاته بنحو ستين مليون ريال، ويفسر أديسون نجاحه وشهرته بأنها 2% وحي وإلهام، و98% جد وجهد. حيث تمكن من اكتشاف المصباح الكهربائي بعد ألف تجربة غير ناجحة.

ومن أشهر اختراعاته: الآلة الكاتبة، والمصباح الكهربائي، وآلة تصوير السينما، وجهاز لاقط الراديو.

ازداد اهتمام أديسون بالكيمياء منذ كان في سن العاشرة، وشجعته أمه، وأعطته ما يريد من المال ليشتري ما يحتاج إليه في تجاربه، فجعل من حجرة في منزله معملًا صغيرًا.

المصدر: ويكيبيديا - الموسوعة الحرة.

عوامل دعم الإبداع والابتكار

أولًا: التعليم.

من أهم العوامل المساعدة على تنمية الإبداع هي التعليم والتدريب على التفكير الإبداعي وحل المشكلات بطريقة مبدعة. ومن ذلك تدريس مواد تخدم التفكير

الابتكاري، وتحفز الابتكار مثل (مهارات التواصل والاتصال، وحل المشكلات، وإدارة الوقت، والقدرة على كتابة التقارير وإعدادها، والمقدرة على الاستنباط. وإن الابتكار يتعزز وينمو إذا اعتاد الطلاب، وتدربوا بشكل مستمر على أسلوب حل المشكلات الإبداعي عبر المجموعات مع زملائهم. أما إذا كان التعليم يقوم على الحفظ والتلقين، فإن ذلك سيحول دون تنمية الإبداع.

ثانيًا: الأسرة.

تؤدي الأسرة دورًا جوهريًا في تنمية سمات الابتكار، فالأسرة تشجع أبناءها على ممارسة السلوكات الريادية والتفكير الإبداعي، وتوفير البيئة المنزلية التي تتسم بالحوار، وتعطي كل فرد حقه في التعبير عن الذات والأحاسيس والمشاعر، وتحفز الأبناء على الاستقلالية والاعتماد على الذات في جميع شؤونهم الخاصة.

ثالثًا: التواصل مع المجتمع.

التواصل مع المجتمع وبيئة الأعمال مهم جدًا للربط بين التعليم والتطبيق. فالأفكار المبتكرة والمبدعة يجب أن يتم توصيلها للمجتمع لكي يمكن اختبارها، ثم تطبيقها في أرض الواقع العملي.

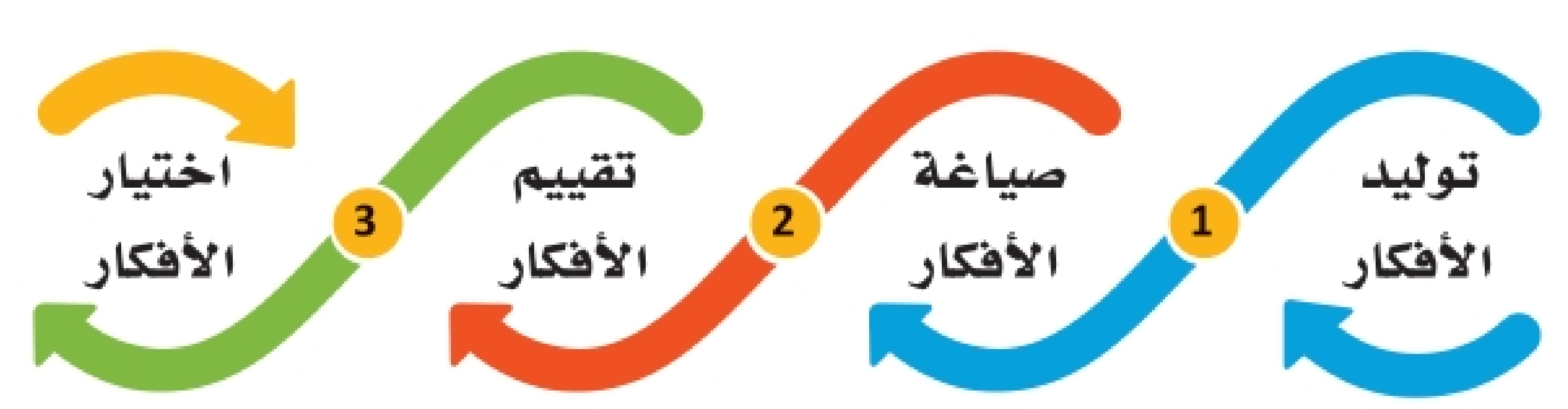
رابعًا: الجهات الداعمة.

نظرًا لأن ثقافة الابتكار تنبع من المجتمع الذي تنشأ فيه فإن المؤسسات العامة والخاصة تؤدي جميعًا دورًا مهمًا في تنمية الابتكار، وذلك بتقديم البرامج والأنشطة والفعاليات والمعارض المعززة للابتكار.

الوحدة الثانية: مراحل تحويل الأفكار إلى فرص

هناك طرق عدة تقود رائد الأعمال لتحويل الفكرة إلى مشروع، ومن تلك الطرق تلك الطريقة التي طورها فريق الرخصة الدولية لريادة الأعمال في تحديد مراحل تحويل الأفكار إلى فرص. يمكن اختصار هذه المراحل إلى أربع مراحل تظهر بالشكل الآتي:

الشكل 3-1



أولًا: توليد الأفكار

الوصول إلى فكرة المشروع الصغير هو نقطة البداية والأساس لنجاحه. فعندما تصل إلى فكرة معينة يجب أن تأخذ في الحسبان أن هذه الفكرة قابلة للتطبيق وممكن تحويلها إلى مشروع واقعي حقيقي. والأفكار الجيدة تلك هي الأفكار المتناسبة مع البيئة والنابعة من رائد الأعمال نفسه، وطورها بذاته، وليست المنقولة أو المقلدة حرفيًّا من الآخرين.



نشاط 3-1

اكتب على ورقة عنوانًا هو : (هذا أنا) واكتب على يمين الصفحة قائمة من خمسة إلى سبعة أشياء تحبها، أو تجيدها على سبيل المثال «أحب القراءة، أحب الحاسب الآلي، أجيد حل المشكلات» واكتب على يسار الصفحة قائمة بالأشياء التي تعتقد

أنك لا تجيدها، أو لا تحب القيام بها. على سبيل المثال «لا أحب الحديث أمام الجمهور، أو لا أحب ألعاب الكمبيوتر».

وعند انتهائك من الكتابة اسأل نفسك «ما هي المنتجات التي يمكن أن تحسن رغبتك أو قدرتك في هذه الأشياء التي كتبتها؟». ثم اسأل نفسك: أي من هذه المنتجات يمكنك تطويرها أو تقديمها للآخرين الذين يحبون نفس ما تحب أو تقدمها حلولًا لما لا تحب؟

أحب أو أجيد	لا أحب أو لا أجيد

خدمات أو منتجات تحسن وتساعد على ما أحب	خدمات أو منتجات يمكن أن أطورها

إضاءة

بيرسي شاو Percy Show

مواطن إنجليزي قدم للبشرية اختراعًا مفيدًا أتى من البحث عن حل لمشكلة. وقد أدى ذلك إلى اختراع واحد من أكثر الأفكار استخدامًا على مستوى العالم. كان بيرسي يعاني مشكلة قيادته لسيارته عند عودته يوميًا من العمل في أيام الضباب الكثيف الذي تعانيه إنجلترا، والذي كان يعرضه يوميًا لخطر الانحراف عن الطريق والاصطدام. وقد أنقذه من ذلك الخطر يومًا من الأيام أحد القطط التي كانت تسير على جانبي الطريق بعيونها التي تلمع في الظلام.

من هنا توصل إلى اختراع جعله من أصحاب الثروة، حيث صنع بذكاء ما سمى (عيون القطط)، وهي عاكسات للضوء صغيرة في حجم عيون القطط، تثبت في الطريق وتضيء عندما تسقط الأنوار الأمامية للسيارات عليها في أثناء الاقتراب منها أو المرور عليها.

المصدر: ويكيبيديا الموسوعة الحرة – Wikipedia، the free encyclopedia

ثانيًا: صياغة الأفكار

يقصد بصياغة الفكرة، القدرة على شرح الفكرة والتعبير عنها بشكل واضح يحدد معالمها، ويصف مكوناتها. ويتطلب التعبير عن الفكرة مشاركة الآخرين حتى تنضج، ويمكن وضع تعريف لها، ومن الأفكار التي تعين على التعبير عن الفكرة وضع تعريف لها والغرض منها، ثم تصنيفها باستخدام مهارات التفكير، وفيما يأتي أحد التمارين المعينة على التعبير عن الأفكار.

نشاط 3-2

قم مع مجموعة من الطلاب بالتعبير بشكل مختصر عن الآتي:

م	الفكرة	التعبيـــر
1	شاحن جوال متنقل	جهاز يتم من خلاله شحن بطارية الجـوال دون الحاجة إلى مصدر كهرباء.
2	سيارة كهربائية	سيارة تعمل بالبطارية الكهربائية، وتستغني عن البنزين.
أضف ثلاثة أفكار، وعبر عنها:		
1		
2		
3		

وفي هذه المرحلة يعرض رائد الأعمال أفكارًا مختلفة لمشروعاته وفق المعايير العامة الآتية:

1. أن تكون واقعية.
2. أن تكون قابلة للقياس.
3. أن تكون محددة.

فيجب ألا تكون الفكرة المراد تنفيذها خيالية بل يجب أن تكون فكرة واقعية ممكنة التحقيق في حدود الإمكانات المتاحة والقدرات المتوافرة والوقت المحدد، فلا فائدة من وضع أفكار يستحيل تحقيقها لعدم واقعيتها، أو أنها ضرب من الأماني والخيال. ويجب أن تكون قابلة للقياس والمتابعة حتى يتم تقويمها ومعرفة ما إذا كان هناك تفسير أو عدم تقدم أو انحراف عن المسار المطلوب.

نشاط 3-3

أعرض أفكارًا لمشروعات، ثم تأكد من أنها مستوفية للمعايير الأولية بوضع علامة صح (✓).

م	أفكار لمشروعات	واقعي	قابل للقياس	محدد
1				
2				
3				
4				
5				

ثالثًا: تقييم الأفكار

ليس بالضرورة أن تكون كل فكرة مشروعًا ناجحًا، أو أن تكون فرصة استثمارية جيدة. بمعنى أنه ليست كل فكرة ترد إلى ذهنك من الممكن أن تتطور لكي تصبح فرصة استثمارية لمشروع ريادة أعمال ناجح. فالفكرة مهما تعلقت بها، وتحمست لها لا بد أن تخضعها للتقييم، حتى لا يؤدي هذا الحماس إلى الفشل.

لذا لا بد من أن تخضع الفكرة للتقييم وفق معايير محددة تساعد على الاختيار السليم للفكرة المناسبة ووفق المعايير التي تتبناها الجمعية السعودية لريادة الأعمال، فإن رائد الأعمال يمكنه تقييم الفكرة من خلال هذه المعايير الخمسة:

1. **المعيار المالي:** مدى قدرتك المالية لتحويل الفكرة إلى مشروع.
2. **المعيار البشري:** توافر الكفاءات البشرية للمشروع.
3. **المعيار التسويقي:** جاذبية الفكرة ووجود طلب كافٍ في السوق للمنتجات.

4. **المعيار الشخصي:** مدى حماسك ورغبتك في القيام بالمشروع.

5. **المعيار المعرفي:** خبراتك ومعرفتك في مجال المشروع.

نشاط 3-4

هذا التمرين يساعدك على عرض أفكار عدة لمشروعات تفكر فيها، ضع علامة صح (✓) عندما تستوفي فكرة المشروع المعيار. والمشروع المناسب هو الذي سيحصل على أكثر علامات صح.

م	أفكار مشروعات	شخصي	معرفي	مالي	تسويقي	بشري
1						
2						
3						
4						
5						

رابعًا: اختيار الفكرة

وفي هذه المرحلة الأخيرة يتم تحديد الخيار المناسب، ثم قم بزيارة واستشارة أشخاص يديرون أو يملكون مثل هذه الأنواع من الخيارات. فالاستشارة تنوير أساسي للمسيرة وقبلها الاستخارة وطلب العون من المولى القدير، فكما ورد في الأثر: ما خاب من استخار، وما ندم من استشار.

وفي هذه المرحلة من المهم أن يقوم رائد الأعمال بترتيب الأفكار وإعداد جدول زمني محدد بالأهداف والإجراءات والأمور الواجب إنجازها لكل مرحلة من مراحل المشروع.

الوحدة الثالثة: التعرف إلى السوق

سواء كنت ستبدأ مشروعًا جديدًا أو ستشتري مشروعًا قائمًا، فإن معرفة السوق أمر جوهري تساعدك على التعرف إلى عملائك والإلمام باتجاهات السوق والحفاظ على قدرتك على مواجهة منافسيك.

وعند التعرف إلى السوق فإننا نبحث عن الإجابة للأسئلة الآتية:

- من هم العملاء المحتملون؟: من سيستخدمون منتجك؟ ما هي أعمارهم؟ هل هم من النساء أم الرجال؟ هل لديهم أطفال؟ أين يقيمون؟ وهل عددهم كافٍ للشراء منك؟
- من يؤثر في قرار شرائهم؟ وأين ستجدهم؟ ما هي المجلات التى يقرؤونها؟ ما هي مواقع الويب التي يزورونها؟
- ما هي توجهات السوق؟ هل الطلب كافٍ ومستمر لهذا المنتج؟ هل هناك احتمالات للنمو في السوق؟ كم حجم المبيعات المتوقع؟



في أحد لقاءات العصف الذهني التي تنظمها شركة (نستله) الشهيرة، التي تمتلك بسكويت الشوكولاتة (كيت كات)Kit Kat. وجهت السؤال الآتي للمشاركين في ورشة العمل:



كيف يمكنك أن تصل إلى شيء مختلف من الشوكولاتة؟ أو ما هي الأشياء الأخرى التي يمكننا عملها بالشوكولاتة؟ وهي أسئلة المقصود منها توليد الأفكار، فتتيح للمشاركين التفكير الحر حتى ولو كانت الإجابات غريبة. وقد كان من بين الإجابات الآتي:

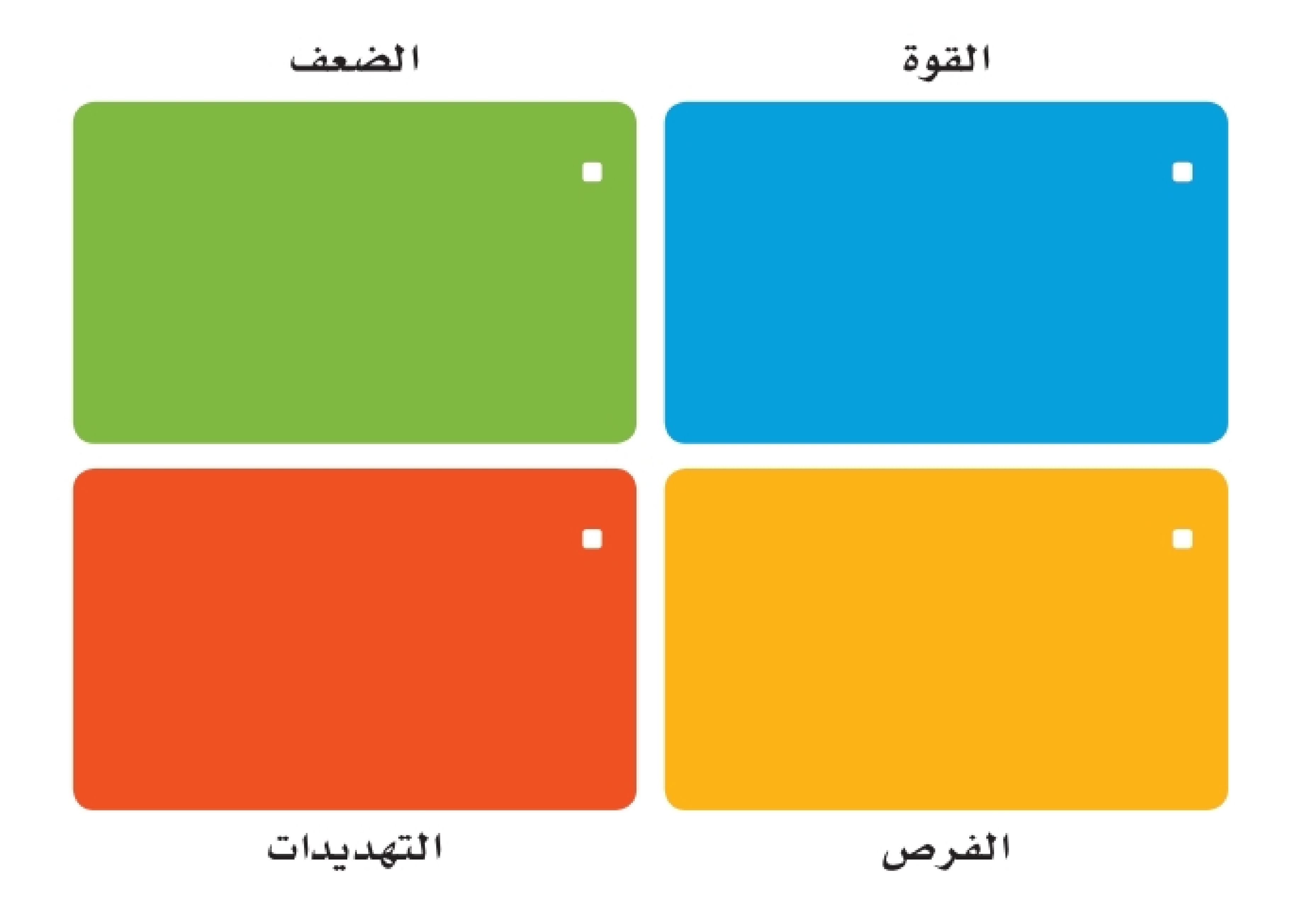
- استخدام رائحتها في تعطير الصابون والشامبو.
- استخدامها إنذارًا للحريق، بالاعتماد على نقطة ذوبانها لتحديد أن درجة حرارة الغرفة قد وصلت إلى مرحلة الخطر.

المصدر: التاجر الصغير - أحمد الشميمري - الشقري 2014م.

تحليل السوق

في تحليل السوق يقوم رائد الأعمال بتحليل كل من:

1. **البيئة الاقتصادية:** مثل القدرة الشرائية لدى عملائك، وهل من السهل التوصل إليهم، وأساليب إنفاقهم.
2. **البيئة الاجتماعية:** مثل أعمار عملائك، وتركيبة الأسرة، وعدد الأطفال، وأين تمركزهم،... وخلافه.
3. **البيئة التنافسية:** مثل ما هو عدد منافسيك، وكم حصصهم في السوق، وما هي مزاياهم التنافسية بالمقارنة بك؟
4. **التحليل الرباعي (سوات) (SWOT):** وهو تحليل يقصد به التعرف إلى أربعة اعتبارات أساسية وهي: نقاط القوة لديك، ونقاط الضعف، والفرص المتاحة أمامك، والتهديدات التي قد تواجه مشروعك. وقد سمي سوات ليعني اختصارًا الحروف الأولى للكلمات الإنجليزية (-Strenght-Weakness Opportunities-Threats) ويمكنك استخدام الجدول الآتي بوصفه مثالًا لتحليل سوات لأحد المشروعات الصغيرة:



التحليل الرباعي أو تحليل سوات (SWAT) يشمل ما يأتي:

نقاط القوة Strengths

هي الخصائص والصفات والأشياء التي سيتميز بها المشروع المستقبلي بحيث تجعله قويًّا مقارنة بالمشروعات الأخرى، أمثلة من نقاط القوة التي يمكن للمشروع المستقبلي الاعتماد عليها لنجاحه التميز في الجودة: التميز في السعر، والتميز في نوع الخدمة، والتميز في قربه من السوق، والتميز في انخفاض تكلفته.

نقاط الضعف Weaknesses

هي الخصائص والصفات والأشياء التي يمكن أن يعانيها المشروع المستقبلي، وتقيّم على أنها سلبيات تضعف موقف المشروع مقارنة بالمشروعات المنافسة. ومن أمثلة نقاط الضعف التي يمكن أن يعانيها المشروع المستقبلي، ارتفاع التكلفة الاعتماد على مورد واحد، والاعتماد على عدد محدود من العملاء، وعدم توافر المهارات اللازمة.

الفرص Opportunities

هي مجمل التطورات المستقبلية التي ستؤثر إيجابًا في نجاح المشروع المستقبلي، وتسمح لك بالاستفادة من نتائجها لمصلحة نجاح المشروع، وهناك أمثلة عن الفرص المستقبلية لمنافع المشروع ومكاسبه مثل: خروج بعض المنافسين من السوق، والنجاح في الدخول لأسواق جديدة غير الأسواق التقليدية، والاستفادة من تطور أو ابتكار أو اكتشاف معين، والتوسع في المشروع ليشمل مجالات وأنشطة جديدة.

التحديات Threats

هي الوقائع والأحداث التي يمكن أن تحدث مستقبلًا، وتؤثر سلبًا في المشروع المستقبلي، وفي إدارة المشروع في كيفية التعامل معها بجدية. أمثلة من التهديدات المحتملة: ظهور منافسين جدد في الوقت القريب، وظهور سلع بديلة للسلع التي ينتجها المشروع، واختفاء سلعة مكملة لمنتجات المشروع، واحتمالية استصدار قوانين وتشريعات غير ملائمة وليست في مصلحة المشروع المستقبلي.

نشاط 3-5

افترض أن لديك مشروعًا صغيرًا عبارة عن تصميم مواقع إنترنت وتطبيقات الجوال.

1. فمن خلال المجموعات عدِّد الأخطار والتهديدات المالية والشخصية والبيئية التي ربما تحدث للمشروع.
2. ضع مع زملائك المقترحات الممكنة في حالة فشل المشروع السابق.

ملاحظة: يمكنك مقابلة أحد رواد الأعمال في هذا المجال للتعرف على الأخطار المحتملة.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

أولًا: أجب عن الأسئلة الآتية



1. إذا فكرت أن تبدأ مشروعًا صغيرًا، فماذا سيكون مشروعك؟

....

2. لماذا تعتقد أنه سيكون هناك طلب من العملاء على منتجات المشروع؟

....

3. ما هي المهارات التي لديك والتي سوف تجعل هذا المشروع ناجحًا؟

المهارات	

4. حدد في الجدول الآتي القدرات التي يمكنك تذكرها والتي قد يحتاج إليها من يرغب في إنشاء مشروع تجاري. على أن تكون محددًا قدر الإمكان:

	القدرات
1	
2	

القدرات	
3	
4	
5	
6	

ثانيًا: مراجعة المفاهيم

1. بعد قراءتك لهذه المواقف الآتية، حدد المشروع الذي قد تفكر في البدء فيه أو الاستثمار فيه.

أ. زيادة قدرها 5% في أسعار الوقود:

ب. انتقال البقالة الوحيدة في الحي الذي تقيم فيه إلى حي آخر:

ج. ملعب جديد تم بناؤه بالقرب من الحي الذي تقيم فيه:

د. زيادة أعداد النساء الملتحقات بسوق العمل:

2. حدد ثلاثة اختراعات، واحتياجات للمستهلكين التي استطاعت هذه المخترعات إشباعها:

الاختراع	الاحتياج الذي تم إشباعه
1	
2	
3	

3. حدد اسم أحد رواد الأعمال. وصف ما قدمه من مساهمة:

....

(حالة للنقاش) الحلم والخيال

تخرج سالم السالم من الثانوية العامة ولم يؤهله مجموعه لدخول الجامعة كما لم تكن لديه رغبة في دراسة التخصصات المتاحة في المعاهد الفنية والكليات التقنية. وقد مضى عليه عامان ولم يجد وظيفة كما أنه لم يرغب بالعمل مع والده في شركة التموين الغذائي. ولكون هذه الأعمال لم ترق لسالم فآثر الجلوس في البيت بدلًا من العمل.

التقى سالم بزميله في دراسته فهد الفهد الذي لم يكمل دراسته أيضًا ولكنه استفاد من حزمة التسهيلات الحكومية في تلك المرحلة، والدعم المعنوي لأصحاب المشروعات الصغيرة الخاضعة للتوطين آنذاك وقام بإنشاء مشروع صغير لبيع الجوالات وملحقاتها.

وفي أثناء الحوار طلب فهد من سالم العمل معه طالما أنه لم يجد وظيفة حتى الآن. وذلك دعمًا من فهد وتشجيعًا منه على العمل. واتفقا أن يكون العائد عبارة عن خليط بين راتب ثابت وراتب إضافي بحسب الإنجاز والتقدم في المبيعات، فقبل سالم هذا العرض.

بدأ سالم العمل متحمسًا وكان يحاول أن يتعلم من فهد أساليب البيع والتعامل مع الزبائن. ولاحظ أن أغلب العملاء هم من فئة الشباب. كما أن قليلًا منهم من يمتلك كثيرًا من المال عند الشراء. ولكنه مع مرور الأسابيع القليلة بدأ يشعر بالضجر لكون المحل يقع في داخل المدينة المكتضة بالزحام مما يتطلب منه الخروج من المنزل مبكرًا وكذلك العودة للمنزل متأخرًا. ومن جانب آخر شعر سالم بأن العائد المالي الذي يحصل عيه لا يستدعي هذا التعب. وتدريجيًا بدأ سالم بعدم الالتزام بالدوام والتأخر والغياب المتكرر ثم ترك العمل.

وبعد شهر واحد من تركه للعمل قرر سالم بأن يفتح له مشروعًا خاصًا داخل البلد عبارة عن محل (كوفي شوب) بيت القهوه، وتقدم سالم إلى أحد جهات التمويل لدعمه بقرض مالي مرفقًا طلبه بخطة أعمال متكاملة.

الأسئلة:

1. هل ترى أن سالم السالم يتميز بصفات رائد الأعمال؟ عزز إجابتك بالنقاش
2. ماذا تنصح سالم السالم لقيام مشروعه؟
3. لو كنت جهات التمويل التي تقدم لها سالم هل ستوافق على تمويله أم لا؟ ولماذا ؟

إن تحويل الفكرة إلى مشروع يستدعي استخدام وسيلة عملية تحقق تطبيق هذه الفكرة على أرض الواقع، وهناك وسائل عدة مساندة لرائد الأعمال، يمكن الاستعانة بها، مثل نموذج الأعمال، وخطة الأعمال، وربما دراسة الجدوى الاقتصادية. وسيتم في هذا القسم التعريف بخطة الأعمال بطريقة مبسطة والتعرف على أساسيات إعدادها.

خطة الأعمال هي خارطة الطريق التي تنير للمشروع دربه، وتضع له معالم المسير. والمشروع الناجح هو ذلك المشروع الذي يسير وفق خطة محددة توصله إلى الأهداف المنشودة.







الفصل الرابع

خطة الأعمال





أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل سيكون الطالب قادرًا على أن:

- يعرف خطة الأعمال.
- يوضح الغرض من كتابة خطة أعمال جيدة.
- يعلل فوائد إعداد خطة الأعمال للمشروعات.
- يعدد العناصر الأساسية لخطة الأعمال.
- يصمم خطة أعمال.

الوحدة الأولى: ما هي خطة الأعمال؟

إن تحويل الفكرة إلى مشروع يستدعي استخدام وسيلة عملية تحقق تطبيق هذه الفكرة على أرض الواقع، وهناك وسائل عدة مساندة لرائد الأعمال، يمكن الاستعانة بها، مثل نموذج الأعمال، وخطة الأعمال، وربما دراسة الجدوى الاقتصادية. وسيتم في هذا القسم التعريف بخطة الأعمال بطريقة مبسطة والتعرف على أساسيات إعدادها.

خطة الأعمال هي خارطة الطريق التي تنير للمشروع دربه، وتضع له معالم المسير. والمشروع الناجح هو ذلك المشروع الذي يسير وفق خطة محددة توصله إلى الأهداف المنشودة.



تعريف خطة الأعمال

- خطة الأعمال عبارة عن وصف تفصيلي لما سيكون عليه المشروع في المستقبل.
- خطة الأعمال تُعدّ بمثابة رسم توضيحي يبين لك السبل التي يجب عليك أن تسلكها حتى تتمكن من تحقيق هدفك.



فوائد خطة الأعمال

تحقق خطة الأعمال عددًا من الفوائد لرائد الأعمال منها:

1. تساعدك على ترتيب أفكارك؛ لأنها توضح لك المهام والأعمال التي يجب عليك القيام بها.

2. تساعدك على معرفة تكاليف المشروع والإيرادات المتوقع جنيها ومن ثم هل ستحقق أرباحًا من المشروع أم لا.
3. تساعدك على التعرف إلى السوق، وذلك عن طريق جمع معلومات عن السوق.
4. تساعدك على وضوح الطريق بسبب وضع الأهداف مكتوبة.
5. استطلاع الصعوبات والتحديات المتوقعة للاستعداد لها.
6. إظهار الجدية في العمل عن طريق تحديد المهام المطلوب القيام بها.
7. تسهيل تقييم المشروع من قبل الآخرين للحصول على دعم أو تمويل أو مشاركة.

إضاءة

أهمية وجود الناصح والمرشد لك:

الناصح أو المرشد هو الذي يقدم لك -بشكل حقيقي- النصائح والإرشادات المستمرة والصادقة والخبيرة، ويساعدك على التغلب على أي استفسارات أو إجابات لما قد يواجهه مشروعك من مشكلات، وذلك كله في أغلب الأحيان من دون أي مقابل. فاحرص على البحث عن هؤلاء، فمن فوائدهم:

- أنهم بمثابة طوق النجاة والملجأ الدائم والأمين لك: بعملك بوصفك رائد أعمال، فقد لا يتوافر لديك رئيس أو قائد لكي تلجأ إليه للنصيحة أو لتوجيهك إلى الطريق السليم.
- هم طريق لتوسعة شبكتك وعلاقاتك الاجتماعية: فالناصح إن كان رجل أعمال فمن المؤكد أن له شبكة كثيفة من العلاقات، وبمعرفتك به فهو يتيح لك فرصة الدخول إلى تلك الشبكة.
- بناء علاقات طويلة الأجل تتميز بالثقة: في أغلب الأحيان لا يوجد لدى الناصح أي دوافع خفية، فليس لديه منتجات أو خدمات يبيعها لك؛ لذا فإن إضافة ذلك مع ما لديه من خبرات يوفر أساسًا جيدًا من الثقة فيه تتطور بمرور الوقت، وتصبح أقوى.

أرشدنيِ: Arshdny.com

الوحدة الثانية: مكونات خطة الأعمال

تتكون خطة الأعمال من ستة عناصر مهمة تظهر في الشكل الآتي، وهي:

1. الملخص التنفيذي
2. وصف المشروع ومنتجاته
3. وصف السوق
4. خطة التسويق
5. وصف للإدارة وإنجازاتك ومهاراتك
6. التقديرات والمؤشرات المالية

1. **الملخص التنفيذي:** وهو يهدف إلى إقناع القراء بأن مشروعك يستحق التشجيع والدعم، ويجب أن يشجع القارئ على الاستمرار في قراءة الخطة. وتكتب فيه مختصرًا عامًّا للنقاط الرئيسة في خطة الأعمال. ويجب أن يكون مختصرًا، ولا يزيد على صفحة واحدة.

2. **وصف تفصيلي عن المشروع:** تتنوع درجة التفصيل لما تقدمه في هذا الجزء بناء على نوع المشروع الذي ستبدؤه، ومن سيقرأ الخطة، إلا أن وصفك يجب أن يتضمن نقاطًا معينة مثل:



- ما هو المنتج الذي ستقدمه؟
- ما هي المواد الخام والآلات المطلوبة؟
- ما عدد الموظفين لديك؟ وما العمل الذي سيقوم به كل منهم؟

- ما عدد الساعات التي ستعملها في المشروع؟
- أين سيكون موقع المشروع؟

3. **وصف السوق:** ويقصد به تحديد عملائك (زبائنك) ممن سيشترون منتجك. وتبين أن هناك عددًا كافيًا من العملاء سيشترون منك. فحتى في أكثر المشروعات ابتكارية، قد يفشل المشروع إذا لم يجد العدد الكافي من العملاء.

ويتضمن وصف السوق تحليل المنافسين لك في السوق، وما هي نقاط قوتهم، وهل تتميز أنت عنهم بشيء. وما هو هذا التميز؟ وهل هذا التميز له قيمة مقدرة عند العملاء؟

4. **وصف لخطة التسويق:** لقد أظهرت فيما سبق أن هناك أفرادًا سيشترون ما تقدمه من منتج، ولكنك لم تنتهِ بعد، فالمستثمرون أو الداعمون لك يرغبون في معرفة كيف ستصل إلى عملائك بطريقة ناجحة؟



إن الإجابة عن هذا السؤال تكون بوضع خطة التسويق المناسبة لمشروعك وميزانيتك.

فمثلًا إذا كانت سلعتك موجهة إلى كل الأطفال في عمر من ستة إلى عشر سنوات فإن توزيع منشور مصمم بشكل جميل وألوان جذابة في أماكن تجمع الأطفال قد تكون طريقة فعالة في الوصول إليهم.



ففي هذا القسم من الخطة تبين كيف الوصول إلى عملائك باستخدام وسائل التسويق مثل المنشورات، والمطبوعات، والملصقات الإعلانية، أو التسويق من خلال مواقع الإنترنت، أو وسائل التواصل الاجتماعي، أو تطبيقات الجوال.

5. **وصف للإدارة وإنجازاتك وقدراتك الشخصية:** إضافة إلى ما توصلت إليه حتى الآن في خطة الأعمال لمشروعك، يجب عليك إظهار معلومات الإدارة وحيث إن المشروع الصغير يتمحور حولك أنت بوصفك رائد أعمال فيجب أن تبين أنك الشخص المناسب لإنشاء المشروع وإدارته، وذلك من خلال عمل سيرة ذاتية تظهر إنجازاتك، وأي خبرات تكون لديك، وترتبط بالمشروع.



وأيضًا أي معلومات شخصية أخرى ترى أنها قد تزيد من الثقة فيك بوصفك رائد أعمال صغير وقادر على تحقيق النجاح، كحصولك مثلًا على درجات مميزة في مقرر الحاسب الآلي في حال كان مشروعك مرتبطًا باستخدامات الكمبيوتر، أو مقرر اللغة الإنجليزية في حال تقديمك لخدمة دروس التقوية في اللغة الإنجليزية، أو عرض لبعض تصاميمك المميزة. في حال ارتباط مشروعك بالنواحي الفنية كتصاميم أو الطباعة.

6. **التقديرات المالية:** في هذا القسم من الخطة تضع بعض الأرقام المالية لإظهار أن مشروعك سيتحول في الواقع العملي إلى مشروع مربح، فكل الأوصاف الوردية الجذابة لن تجعل مشروعك ناجحًا إذا أشارت الأرقام إلى احتمال الخسارة. ومن المهم أن تبين تكاليف البداية وكذلك تقديرات الربح أو الخسارة.

أ. تكاليف البداية.



تبين في هذا القسم تقدير تكاليف البداية، وهو ببساطة حساب مجموع كل المصاريف التي سوف تتحملها قبل افتتاح مشروعك. وهذه المصروفات يجب تضمينها في خطة الأعمال لإعطاء صورة حقيقية عن كمية الأموال التي سوف تحتاج إليها لجعل مشروعك يظهر، ويبدأ في العمل.

ب. تقديرات الربح أو الخسارة.

وفي هذا القسم تبين تقديرات المصروفات وأيضًا المبيعات المتوقعة التي يمكن أن تحققها خلال السنة الأولى للمشروع على أقل التقدير.

وأفضل طريقة لعمل استطلاعاتك المالية هي استخدام قائمة إكسل في جهاز الكمبيوتر الخاص بك، وإذ لم تكن قد استخدمتها من قبل فلا تنزعج فهي سهلة جدًّا. فقط اطلب من صديقك أن يعلمك كيفية استخدامها، أو حتى حاول أن تتعلمها أنت بنفسك. وفي أقل من ساعتين ستكون قادرًا على البدء في عمل حساباتك المالية.

ج. الميزانيات والمؤشرات المالية الأساسية

ومن أهمها ما يلي:

- **الميزانية العامة:** هذا التقرير يضع تصورًا لأصول النشاط (الشركة) ومسؤوليات المالكين وحصصهم على مدى ثلاث سنوات قادمة على الأقل.
- **قائمة الدخل:** يسلط الضوء على صافي أرباح أو خسائر النشاط خلال مدة تتراوح من 3 إلى 5 سنوات.
- **جدول تدفق النقد:** يوضح أين ومتى يتم إنفاق النقد وجمعه خلال ثلاث سنوات قادمة.
- **تحليل التعادل:** يوضح نقطة من الزمن تبدأ فيها الشركة في جني الربح، ويتم التوصل إلى تحليل التعادل عندما يكون إجمالي المبيعات معادلاً لإجمالي التكاليف.

نشاط 4-1

استخدم النموذج الآتي لتصميم خطة الأعمال لمشروعك.

نموذج خطة الأعمال

<table>
<tr><td colspan="3">التاريخ:
Date:</td><td>رقم الطلب:
Request Number:</td></tr>
<tr><td colspan="4">أ. بيانات عن صاحب المشروع A-Personal Data</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td>اسم صاحب المشروع
Business Owner Name</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td>رقم السجل المدني
Civil ID Number</td></tr>
<tr><td>الحالة الاجتماعية
Marital Status</td><td>الجنس Sex</td><td>تاريخ الميلاد DOB
/ /</td><td>العمر
Age</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td>المرحلة التعليمية
Education</td></tr>
<tr><td colspan="2">عمل Work</td><td>منزل Home</td><td>الهاتف Phone</td></tr>
<tr><td colspan="2">جوال Mobile</td><td>فاكس Fax</td><td>البريد الإلكتروني Email</td></tr>
<tr><td colspan="2">الرمز البريدي Postal Code
الشارع Street
رقم المنزل House Number</td><td>ص.ب P.O. BOX
المدينة City</td><td>العنوان
Address</td></tr>
</table>

ب. بيانات عن المشروع	B- Project Data
اسم المشروع Project Name	
نبذة مختصرة عن فكرة المشروع Abstract of Proposed Project	
سبب اختيار المشروع (أهداف المشروع) Reasons for Choosing (the Project (Goals	1. 2. 3. 4. 5.
موقع المشروع (الحي - المدينة)	

التراخيص المطلوبة لبدء العمل Required Licenses	م	الترخيص License	الجهة المصدرة Issuing Agency	ملاك المشروع OWNERS
	1. 2. 3.			1. 2. 3. 4.

المنتج / الخدمة The Product / Service	
وصف المنتج/ الخدمة النهائية للمشروع Final Product / Service Description التجهيزات التي يحتاج إليها المشروع	

السوق المستهدفة ووصف العملاء Target Market and Customer Description	
السوق المستهدفة Target Market	
وصف العملاء Customer Description	
المنافسون في السوق Marketplace Competition	

عدد العمالة المطلوبة للمشروع:

الوظيفة	العدد	المرتب أو الأجر بالسنة
الإجمالي		

ج- مصادر تمويل المشروع C- Sources of Project Financing

البند Item	القيمة Value
تمويل شخصي Personal Financing	
قرض من البنك Bank Loan	
مصادر أخرى Other Sources	

ج- مصادر تمويل المشروع C- Sources of Project Financing		
إجمالي رأس مال المشروع Total Capital Required		
المؤشرات المالية المتوقعة للمشروع Financial Indicators		
اسم صاحب المشروع Business Owner Name	التوقيع Signature	التاريخ Date

المصدر faculty.ksu.edu.sa/alshum

الوحدة الثالثة: مصادر المعلومات لإنشاء المشروع

البحث عن المعلومة الصحيحة هو أحد مقومات النجاح للمشروع، ومن أهم المدخلات التي تعين على اتخاذ القرار الصحيح. والبحث لا يقتصر على الفكرة المناسبة فقط، وإنما يشمل جمع المعلومات المفصلة التي تجيب عن الأسئلة الأساسية بوضوح. ومن ذلك يجب عليك أن تعرف السوق المناسب لفكرتك وأن تقوم بتحديد المنافسين ومعرفتهم، وما هو الشيء المميز لديك؟ وما هي نقاط ضعف مشروعك وقوته؟ كل هذا سيسهل عليك تحويل الفكرة إلى مشروع ناجح. وهل سيوجد أمامك عقبات لدخول السوق؟ وهل تعرف من أين ستحضر الآلات والمعدات وربما المواد الأولية؟

هذه الأسئلة وغيرها من المعلومات من المهم الإجابة عنها وتوافرها من مصادرها الموثوقة لاتخاذ القرارات الصحيحة في جميع مراحل المشروع. ومن المفيد أن تقوم بجمع المعلومات بنفسك والتعرف بذاتك إلى المجال الذي ستعمل فيه ومن هم المنافسون لك؟ فجمع المعلومات شخصيًّا يتيح لك التعلم واكتساب المعرفة اللازمة في المجال. وسيتيح لك التعرف إلى المصاعب وربما مفاتيح النجاح لدى من تقابلهم، وتسمع منهم.

ومن مصادر المعلومات المفيدة ما يأتي:

1. **الغرف التجارية:** تُعدّ الغرف التجارية من المصادر التي لديها ثروة من المعلومات، وربما وجدت فيها بعض الأقسام واللجان التي تهتم مباشرة بفكرتك، ويتوافر لديها النشرات الدورية الخاصة والإحصاءات واسأل عما إذا كان لديها الأدوات التي تساعدك على تأسيس مشروعك.
2. **المعارض التجارية:** فكر جيدًا في حضور المعارض التجارية ذات العلاقة بمشروعك أو فكرتك. الأمر الذي سيمكنك من الاتصال بمئات الأشخاص

الذين يشبهونك في التفكير، وكذلك الأشخاص الذين يقومون بالفعل بما تريد أن تقوم به بنجاح.

3. **المجلات التجارية:** لكل صناعة مجلة تجارية خاصة بتلك الصناعة. حاول الحصول على المجلة الخاصة بصناعتك، وكذلك احصل على العديد من الأعداد السابقة منها خاصة إن كانت معروضه على النت. وينبغي أن تكون قادرًا على ملاحظة التوجهات الصناعية، ومعرفة الأخطاء لتجنبها، والتكاليف المستقبلية، وغير ذلك.

4. **المقابلات الشخصية مع المجربين:** ليس هناك بالفعل شيء يضاهي التحدث مع الأشخاص المرتبطين بمشروعك المستقبلي. فهؤلاء يملكون المعلومة المطبقة والمجربة، وكما قيل «إسأل مجرباً ولا تسأل طبيباً»، وحاول أن تستهدف صنفين هما العملاء المستخدمون للمنتج، والمنافسون المحتملون.

5. **الخبراء والمرشدون:** حاول أن تستفد من الخبراء في إدارة الأعمال في الكليات والجامعات، واستفد من الجمعيات المهنية في مجال الأعمال، واحرص عن البحث عن التطبيقات التي يتواجد فيها المرشدون في مجال مشروعك (Mintors).

6. **الجهات الداعمة:** هناك جهات داعمة ومتخصصة في كل دولة لدعم رواد الأعمال والمنشآت الصغيرة. إحرص على التواصل معهم والاستفادة من خدماتهم الاستشارية والمعلوماتية، والتسهيلات التي يقدمونها.

7. **المكتبات:** المكتبات المتخصصة والعامة هي مصدر أساسي للمعلومات، وستجد في شبكة الإنترنت مكتبات إلكترونية تتيح لك جمع كثير من المعلومات حول إنشاء المشاريع. واستفد من قواعد المعلومات التي تعرضها المكتبات لمشتركيها، ففيها شروحًا وتحليلًا كبيرًا للأسواق وتوجهاتها وحاضرها ومستقبلها. هناك برامج قواعد معلومات تجعل من عملية البحث السوقي للمشروع أمرًا سهلًا وميسرًا.

8. **المجموعات والمنتديات عبر الإنترنت:** استفد من المجموعات في الإنترنت فستجد حتمًا مجموعة مهتمة بمشروعك. وشارك في المنتديات بل ويمكنك إنشاء منتدى تطرح فيه كثيرًا من الأسئلة التي تهمك. والإنترنت مجال فسيح

ستجد فيه أيضًا مشروعات مشابهة، وتجد فيها نماذج جاهزة لخطط الأعمال، ودراسات الجدوى المصغرة، والخطط التنفيذية والتشغيلية، والأدوات والأجهزة وغيرها من المعلومات الضخمة التي ستوفر لك معلومات ضخمة.



موقع مكتبة رائد الأعمال (alrowad.com)

مكتبة رائد الأعمال هي موقع مرجعي تعليمي للشباب المهتمين بريادة الأعمال تشرف عليه جمعية ريادة الأعمال، وتستهدف الطلاب والمعلمين في مرحلة التعليم الأولي (ابتدائي - متوسط - ثانوي) حيث يضم الموقع معلومات مفيدة وتوجيهات ونصائح عن ريادة الأعمال. ويتضمن الموقع نماذج وقوالب تتعلق بإنشاء المشروع الصغير، وكذلك يستعرض الموقع القصص والألعاب والمقالات والأدلة التي تسهم في نشر ثقافة العمل الحر. ويأمل المشرفون على الموقع أن يكون منصة للتواصل مع المهتمين والمتخصصين في ريادة الأعمال. يمكنك زيارة الموقع والاستفادة من المعلومات المتنوعة فيه.

الوحدة الرابعة: البحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت

لكي تنشئ مشروعًا صغيراً ناجحًا، وتديره، لا بد أن تتوافر لديك القدرة على التوصل إلى المعلومات المهمة على النت، واستخدامها لاتخاذ أفضل القرارات لمشروعك. وفيما يأتي نستعرض النصائح الخمس الأساسية للبحث بطريقة ذكية عن المعلومات:

1. تحديد الموضوع:



قبل أن تبدأ التعامل بطريقة عشوائية مع محركات البحث، وتبدأ في الكتابة على لوحة المفاتيح كلمات البحث، يجب عليك التوقف والتفكير. ونقطة البداية الأكثر أهمية هي تحديد نوع المعلومات التي تحتاج إليها.

هل أنت تبحث عن إحصاءات لتدعيم وجهة نظرك، أم تبحث عن آخر الآراء عن موضوع معين؟ بعد ذلك فكر في كل الكلمات المفتاحية لموضوعك. فمثلًا لو كنت تريد التوصل إلى معلومات عن استخدام الإنترنت في الإعلان، فسيكون ذلك من خلال اختيار كلمات مفتاحية مثل:



إنترنت، نت، ويب، مواقع الويب، تجارة إلكترونية، صناعة الإعلان، إعلانات الأعمال، الوسائط الإلكترونية، وغيرها.

الوحدة الرابعة: البحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت

لكي تنشئ مشروعًا صغيراً ناجحًا، وتديره، لا بد أن تتوافر لديك القدرة على التوصل إلى المعلومات المهمة على النت، واستخدامها لاتخاذ أفضل القرارات لمشروعك. وفيما يأتي نستعرض النصائح الخمس الأساسية للبحث بطريقة ذكية عن المعلومات:

1. تحديد الموضوع:



قبل أن تبدأ التعامل بطريقة عشوائية مع محركات البحث، وتبدأ في الكتابة على لوحة المفاتيح كلمات البحث، يجب عليك التوقف والتفكير. ونقطة البداية الأكثر أهمية هي تحديد نوع المعلومات التي تحتاج إليها.

هل أنت تبحث عن إحصاءات لتدعيم وجهة نظرك، أم تبحث عن آخر الآراء عن موضوع معين؟ بعد ذلك فكر في كل الكلمات المفتاحية لموضوعك. فمثلًا لو كنت تريد التوصل إلى معلومات عن استخدام الإنترنت في الإعلان، فسيكون ذلك من خلال اختيار كلمات مفتاحية مثل:



إنترنت، نت، ويب، مواقع الويب، تجارة إلكترونية، صناعة الإعلان، إعلانات الأعمال، الوسائط الإلكترونية، وغيرها.

2. تحديد نقطة الانطلاق:

يتضمن الإنترنت ثلاثة أنواع مهمة بوصفها نقاط انطلاق إلى حيث تريد الوصول من معلومات يحتاج إليها مشروعك، وهي:

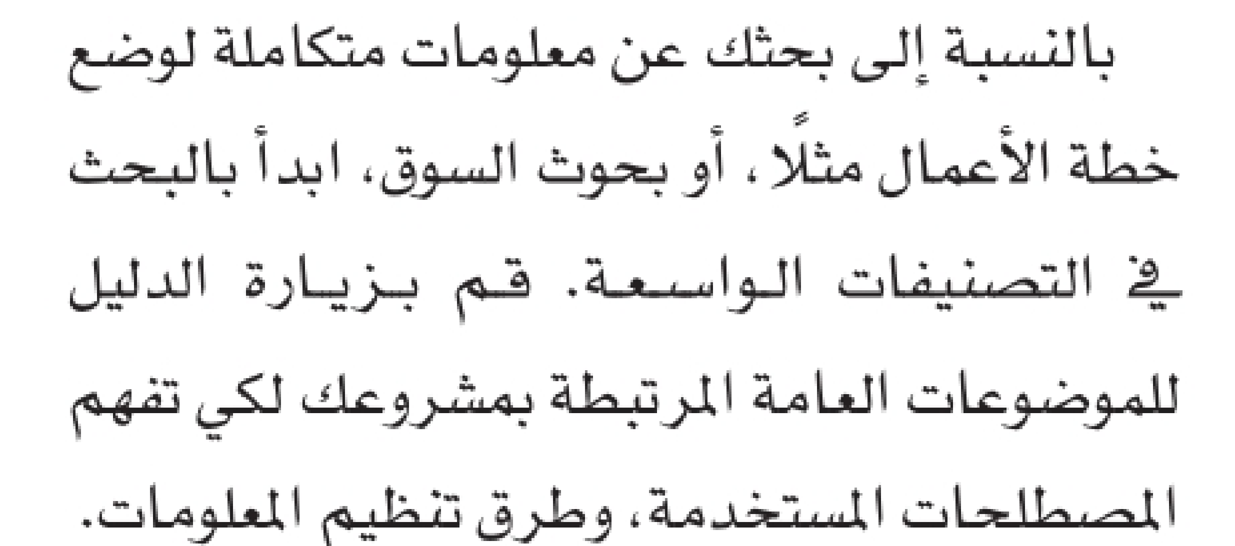


محركات البحث: واحدة من أكثر نقاط الانطلاق شعبية هي استخدام محركات البحث مثل جوجل، وياهو، مع ملاحظة أن كل واحدة منهما تغطي جزءًا من الإنترنت، ولهذا فمن المفيد أن تستخدمهما معًا في بحثك.

قواعد المعلومات: الكثير من المعلومات على الإنترنت لا تكون متاحة عن طريق محركات البحث، أو دليل الموضوعات، بل تكون متاحة من خلال البحث فيما يطلق عليه قواعد المعلومات.

3. بداية البحث:





بالنسبة إلى بحثك عن معلومات متكاملة لوضع خطة الأعمال مثلًا، أو بحوث السوق، ابدأ بالبحث في التصنيفات الواسعة. قم بزيارة الدليل للموضوعات العامة المرتبطة بمشروعك لكي تفهم المصطلحات المستخدمة، وطرق تنظيم المعلومات.

4. تقييم ما توصلت إليه من معلومات:



في أغلب الأحيان يتم التغاضي عن خطوة تقييم المعلومات. ربما أنت قد تشعر بالراحة لأنك وجدت المعلومات التي تحتاج إليها، ولكن هل هي دقيقة؟ وهل هي ملائمة من حيث الوقت؟

تعد خطوة تقييم المعلومات ضرورية لاتخاذ قرارات ناجحة لمشروعك. استعرض مؤهلات مقدم المعلومات، والمراجع التي اعتمدت عليها للحصول على المعلومات، والتاريخ الذي قدمت فيه، والهدف الذي تم نشر المعلومات به على الموقع.

5. استفد من المعلومات الغنية في فيس بوك وتويتر:



إذا كنت تبحث عن مصدر جيد للمعلومات ووسيط اجتماعي أفضل، إذن اذهب إلى فيس بوك أو تويتر. فمعظم ملاك المشروعات الصغيرة على ثقة كبيرة بأن الوسائط الاجتماعية هي المكان على النت الذي يقضي فيه أغلب الأفراد أوقاتهم.

وهكذا فهذه هي النصائح الخمس الأساسية للبحث عن المعلومات على الإنترنت التي ستؤدي بك إلى التوصل إلى أفضل المعلومات اللازمة لمشروعك.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

أولًا: أجب عن الأسئلة الآتية

1. إذا كنت سأقدم على عمل شيء ما، فهل أقوم بالتخطيط قبل البدء؟

الإجابة: ☐ نعم ☐ لا

2. إذا كانت الإجابة بنعم، فلماذا تخطط قبل بدء العمل؟

3. إذا كانت الإجابة بلا، فلماذا لا تخطط قبل بدء العمل؟



4. ما هي الخطة؟

ثانيًا: مراجعة المفاهيم:

1. ما الذي تقدمه لك خطة الأعمال بوصفها خريطة طريق لمشروعك؟
2. حدد عناصر خطة الأعمال.
3. اذكر مصدرين على النت للمعلومات اللازمة لكتابة خطة الأعمال.

(حالة للنقاش) مشروع هالي

يُعدّ تقديم خدمة جليسة أطفال هو المشروع الأول لكثير من رائدات الأعمال الصغيرات من الطالبات في بعض الدول. وفي العادة، فإن معظم جليسات الأطفال في دول الغرب يذهبن إلى منازل الأطفال، إلا أن الشابة الإنجليزية (هالي) كانت لديها فكرة مختلفة. فقد قررت أن تقدم خدمة جليسة أطفال، ولكن بمنزلها الخاص، بحيث يأتي إليها أربعة من أطفال الجيران يقضون معها عددًا من الساعات. وبهذا، فإن الأطفال سوف يلعبون معًا، ما يمكنها من التخلي عن فكرة ذهابها إلى منزل كل طفل وإزالة الحرج لها في ذلك.

وكانت (هالي) تحصل على 10 ريالات مقابل كل طفل يبقى لديها ساعتين، ومن ثم كان إيرادها عن أربعة أطفال 40 ريالًا (10 ريالات × 4 أطفال = 40 ريالًا).

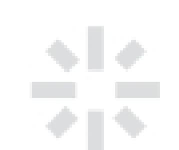
وكانت (هالي) تقوم بذلك مدة يومين في الأسبوع، ما ترتب عليه إيراد أسبوعي لها قدره 80 ريالًا (40 ريالًا أسبوعيًا × أسبوعين = 80 ريالًا).

بينما كان مجموع تكاليف (هالي) الأسبوعية في شراء العصائر والألبان للأطفال هي 20 ريالًا أسبوعيًا. وبهذا، فإن أرباحها الأسبوعية وصلت إلى 60 ريالًا (80 ريالًا إيراد — 20 ريالًا مصاريف = 60 ريالًا أرباح).

وقد أمكن لـ (هالي) أن تضاعف من أرباحها عن طريق العناية بمجموعة أخرى من أربعة أطفال في يومين آخرين من الأسبوع. وأيضًا من خلال تقديمها لخدمات جليسة الأطفال في إجازة نهاية الأسبوع يومي السبت والأحد بالسعر نفسه.

السؤال: لنفترض أنك رائد أو رائدة أعمال. فبماذا تنصحين (هالي) لتحويل فكرة مشروع جليسة الأطفال إلى فرصة لمشروع مربح؟





الفصل الخامس

التمويل والتسويق



أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل سيكون الطالب قادرًا على أن:

- يعدد مصادر تمويل المشروعات التجارية.
- يقيم أنسب المصادر المناسبة للمشروع.
- يحسب تكاليف المشروع.
- يعدّد عناصر التسويق الأربعة المتوافقة مع المشروع (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج).
- يبني خطة تسويقية مصغرة.

الوحدة الأولى: مصادر تمويل المشروع

هناك مصادر عدة لتمويل المشروع نذكر منها أربعة مصادر رئيسة هي:

1. **التمويل باستخدام أموالك الشخصية:** قد يتم تمويل المشروع مما ادخرته من أموالك الخاصة، وهنا فلا بد أن تكون قد تعودت على الادخار خلال المدة الماضية حتى تستطيع أن تجمع قدرًا كافيًا من المال يساعدك على بدء مشروع تجاري.

2. **التمويل من خلال الأسرة أو الأصدقاء:**



وهذا دائمًا ثاني مصدر تمويل يرد إلى ذهن رائد الأعمال الصغير الذي يبحث عن تمويل لمشروعه، وذلك لسببين: الأول أن معظم الأصدقاء وأفراد الأسرة مستعدون وراغبون بل ومشجعون لأبنائهم الجادين. والثاني أن صديقك أو قريبك دائمًا سيعطيك ما يقدر عليه من أموال لأنك محل ثقة بالنسبة إليه. وفي هذه الحالة قد يكون المال هبة، فيُعدّ حينها من حقوق الملكية، أو يكون قرضًا حسنًا، فيكون مديونية على المشروع.

3. **المنح والقروض الحكومية:** هناك صناديق تمويل تخصصها الدولة لتشجيع إنشاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها، وتقدم الجهات الحكومية هذه الأموال لهؤلاء الشباب الذين تختارهم من رواد الأعمال، بوصفها منحًا أو قروضًا حسنة بلا فوائد وفق شروط معينة يجب أن يستوفيها المتقدم على القرض أو المنحة. ومن أمثلة الصناديق الحكومية في السعودية صندوق التنمية الصناعي، وبنك التنمية الاجتماعي.

4. **حاضنات الأعمال:** حاضنات الأعمال هي «وحدة خدمية تهدف إلى تحويل الأفكار والابتكارات إلى مشروعات اقتصادية منتجة، وذلك من خلال تقديم عدد من الخدمات لرواد الأعمال تشمل التأهيل والدعم المادي والمعنوي والاستضافة والإرشاد». ومن أمثلة الحاضنات في السعودية حاضنات بادر للتقنية، وصندوق المناهل، وحاضنة حرفة.

وتقدم الحاضنات أنشطة عدة أهمها:

- توفر مكانًا طبيعيًّا آمنًا، ومرنًا، ومزودًا بالمعدات، يمكن لرائد الأعمال أن يعمل فيه (نهارًا وليلًا).
- توافر خدمات اتصال جاهزة يمكن التواصل بالآخرين من خلالها.
- توافر استشارات مهنية، وإدارية، وتقنية مع بعضها مع الاتصال بمصادر رأس المال ورأس المال الجريء، ومنح الولاء، وتمويل القروض، وتمويل حقوق الملكية.
- عادة تنشأ الحاضنات في الجامعات التي يمكن أن توفر اتصالًا إضافيًّا بكفاءات عالية التخصص، وتسهيلات حوسبة واختيارات بين منظومة من التخصصات.
- تنتج مجتمعًا تداخليًّا من رواد الأعمال، والأكاديميين، والأعمال المهتمين، الذي يحفز عملية الحضانة الهشة، ويشجعها في بعض الأحيان.
- تعمل كقنطرة مع المجتمع، والمنشآت المشيدة التي تبحث عن نافذة للتقنيات والابتكارات، ويمكن أن توفر نموًّا لرأس المال للمشاركة في حقوق الملكية.

5. **البنوك والمؤسسات المقرضة:** يمكن تصنيف البنوك والمؤسسات المالية كأهم المصادر (غير الشخصية) للتمويل. فهي لا تستثمر لكسب الرضا الشخصي، بل تستثمر فقط من أجل جني الأرباح من المشروعات. ومن ثم تعد معاييرها لتقييم الاستثمار أكثر صرامة وتنظيمًا.

إضاءة

باجة هو محل لبيع المكسرات والفصفص، وقد بدأ مؤسس باجة فكرته بتوجيه من والدته وهو في المرحلة الثانوية ببيع الفصفص في سيارة على قارعة الطريق. فبدأ مشروعه في مدينة الرياض بجوار أسواق المجد في الدائري الشرقي مخرج 15 بسيارة داتسون مع تعليق لوحة قماش مكتوب عليها كلمة (فصفص).



وخلال مدة قصيرة، حقق من هذا العمل شهرة كبيرة وإقبالًا كثيفًا من العملاء حتى أصبح حجم المبيعات لا يتناسب مع الإمكانيات المحدودة لطريقة البيع ووسيلته. بعدها زادت الطموحات نتيجة الاحتكاك بالسوق التجاري والعملاء وملاحظة حاجة السوق لمثل هذا النشاط. فقدمت والدته 75 ألف ريال لفتح محل محدد بالإيجار، يبعد ابنيها عن البقاء في الشارع وما يمكن أن يتعرضا إليه من أخطار ومخالفات نظامية، ويفتح لهما آفاقًا جديدة للتوسع. وقال الابن لوالدته آنذاك: «أخشى أن نخسر، فلا نستطيع سداد المبلغ». أجابته: «إن نجحتما ردا مالي، وإن أخفقتما فأنا متنازلة عنه». وتم افتتاح المحل عام 1997م. وبعد تلمس الأخوين لسبل النجاح قاما جميعًا بالتفرغ لعمل في هذا المحل عام 2000م. ومن هنا بدأ الأخوان بناء علامة بارزة في عالم المكسرات باسم باجة تملك أكثر من 40 فرعًا منتشرًا في المملكة العربية السعودية وفي طريقها للانتشار في الدول العربية.

المصدر: مبادئ إدارة الأعمال – الشميمري وآخرون – طبعة –10 العبيكان للنشر. 2013م.

الوحدة الثانية: حساب تكاليف المشروع

إن الحسابات الدقيقة لتكاليف المشروع، وما يترتب على ذلك من العمل على تقليل تكاليف المشروع تبين الفرق بين مشروع مربح، وآخر متعثر. ومن خلال متابعة الحسابات تستطيع تحديد المشكلات قبل فوات الأوان، وأي أخطاء مالية تكون قد حدثت مثل ارتفاع في التكاليف، وانخفاض في نسبة المبيعات، وغيرها من الأخطاء في استخدام الأموال.

وتنقسم تكاليف المشروع في صورتها المبسطة إلى قسمين رئيسين هما:

1. تكاليف البداية (التأسيس).
2. تكاليف التشغيل.

أولًا: تكاليف البداية

هي تكاليف تنفق لمرة واحدة عند بداية المشروع، وقد تسمى أيضًا الاستثمار الأولي أو تكاليف التأسيس.

فالمطعم بوصفه مثالًا لمشروع ريادة أعمال، تتضمن تكاليف البداية فيه كل من تكاليف شراء:

- الموقد.
- أواني المائدة ومستلزماتها.
- المستلزمات التي لا يتم تغييرها أو استبدالها بشكل متكرر أو منتظم.
- الأثاث والمقاعد والطاولات.
- التكاليف التي تنفق مرة واحدة مثل الديكور والتجهيزات.

ثانيًا: تكاليف التشغيل

هي تلك التكاليف الضرورية لتشغيل المشروع، ومن مكوناتها:

1. الخدمات العامة مثل (مياه، وكهرباء، وهاتف، وإنترنت).
2. الرواتب.
3. الإعلان.
4. التأمين.
5. الإيجار.



كيف يمكنك تقدير الربح أو الخسارة؟

في البداية من المهم أن تعرف الإيرادات التي يمكن أن تجنيها من المشروع. وذلك بناء على سعر منتجاتك، ومن هنا سنبدأ بكيفية تسعير المنتجات التي تقدمها.

تسعير المنتج:

وهناك ثلاثة معايير لتسعير المنتج هي:

1. **التسعير بحسب التكلفة:** حيث يتم تحديد سعر بيع الوحدة بإضافة هامش ربح معين لتكلفته.

سعر بيع الوحدة = التكاليف الفعلية للوحدة + هامش ربح (...%)

2. **التسعير بحسب سعر المنافسين:** وذلك بالتعرف إلى السعر الذي يحدّده المنافسون الذين يبيعون نوع المنتج نفسه، وتحديد سعر بيع منتجك بسعر المنافسين نفسه، مع ملاحظة أن البيع بسعر أعلى من سعر المنافسين يؤدي إلى قلة المبيعات.

سعر بيع الوحدة من منتجك = سعر بيع الوحدة لدى المنافسين.

3. **التسعير بحسب السوق:** وهو السعر الذي يستطيع الزبون أن يدفعه أو يبدي استعدادًا لدفعه، ويمكنك التعرف إلى ذلك السعر عن طريق سؤال المشترين المتوقعين عن السعر المناسب من وجهة نظرهم لما يقدمه مشروعك من منتج.

سعر بيع الوحدة من منتجك = سعر البيع الذي يتوقعه المشترون، ويرغبون في دفعه.

الربح الإجمالي للمشروع



والآن بعد أن تعرفت إلى تكاليفك، وحددت الأسعار التي ستبيع بها منتجاتك، ولكي تحصل على صورة شاملة عن مشروعك، فإنك تحتاج إلى معرفة مجمل الربح للمشروع.

ويتم التوصل لذلك بطرح التكاليف الكلية للبضاعة المبيعة من الإيراد الكلي:

مجمل الربح للمشروع = الإيراد الكلي – التكاليف الكلية.

ويحسب الإيراد الكلي كالآتي:

الإيراد الكلي = سعر بيع الوحدة × عدد الوحدات المبيعة.

والمثال الآتي يوضح ذلك:



العنود تمتلك مشروعًا لبيع ساعات اليد ذات التصاميم المميزة للنساء، حيث تشتري الساعات من تاجر الجملة، ثم تقوم بإعادة بيعها للزبائن. فإذا كانت العنود تشتري الساعة من تاجر الجملة بسعر 15 ريالًا للواحدة، عندئذ فإن تكاليف المبيعات لكل ساعة لدى العنود هي 15 ريالًا، ثم تقوم ببيع الساعة الواحدة بسعر 30 ريالًا، فهل يمكنك حساب أرباح العنود في حالة بيع 10 ساعات؟

الحل:

الإيراد الكلي = 10 ساعات × 30 ريالًا (سعر بيع الواحدة) = 300 ريال.

التكاليف الكلية للمبيعات = 10 ساعات × 15 ريالًا (سعر شراء الساعة من تاجر الجملة) = 150 ريالًا.

الربح = 300 ريال (الإيراد) – 150 ريالًا (تكلفة المبيعات) = 150 ريالًا.

وبنظرة فاحصة، فإن أرباح العنود لا يمكن أن تكون 150 ريالًا، حيث إن هناك تكاليف تحملتها في سبيل بيع بضاعتها وتحقيق إيراداتها.

للتعرف إلى الأرباح الحقيقية فإن رائد الأعمال لا بد أن يطرح تكاليف التشغيل من الأرباح الكلية، حيث تنفق العنود 25 ريالًا شهريًا على إعلانات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي؛ لإعلام الناس بتصميم الساعات التي لديها، وكيف يتصلون بها، وبهذا فإن أرباح العنود ستكون:

150 ريالًا (مجمل الربح) – 25 ريالًا (تكاليف التشغيل) = 125 ريالًا.

الإيرادات الكلية – التكاليف الكلية (تكاليف التشغيل + تكاليف البضاعة المبيعة)
= مجمل الأرباح

الربح لكل وحدة

لحساب الأرباح لكل وحدة يتم قسمة مجمل الأرباح على عدد الوحدات المبيعة. إذا أرادت العنود معرفة الأرباح التي تحصل عليها في كل مرة تبيع ساعة واحدة، فإنها ستقسم الأرباح على عدد الوحدات من الساعات التي تبيعها:

الربح لكل وحدة = 125 ريالًا ÷ 10 ساعات = 12,5 ريال.

إضاءة

موقع أرشدني هو منصة لريادة الأعمال يلتقي فيه رائد الأعمال (Entrepreneur) بمرشد الأعمال (Mentor) وذلك لطلب خدمة الإرشاد في أحد مجالات إنشاء المشروعات الصغيرة. وتتدرج التخصصات الموجودة في أرشدني من مرشدين متخصصين بتحويل الفكرة إلى فرصة إلى متخصصين في نمو الأعمال وتطويرها مرورًا بجميع عمليات وخطوات وإجراءات إنشاء وإدارة المشروع الريادي. فمن خلال التطبيق يمكن لرائد الأعمال طلب المشورة والإرشاد في أحد التخصصات والمجالات المتعلقة بمشروعه. وسيقوم مرشد الأعمال بتقديم الخدمة الارشادية حتى يتمكن رائد الأعمال من اتخاذ قراراته بسلامة وثبات. يوجد التطبيق على منصة أبل (Apple Store) وعلى منصة أندرويد (Play Store).

الوحدة الثالثة: التسويق

ما هو التسويق؟

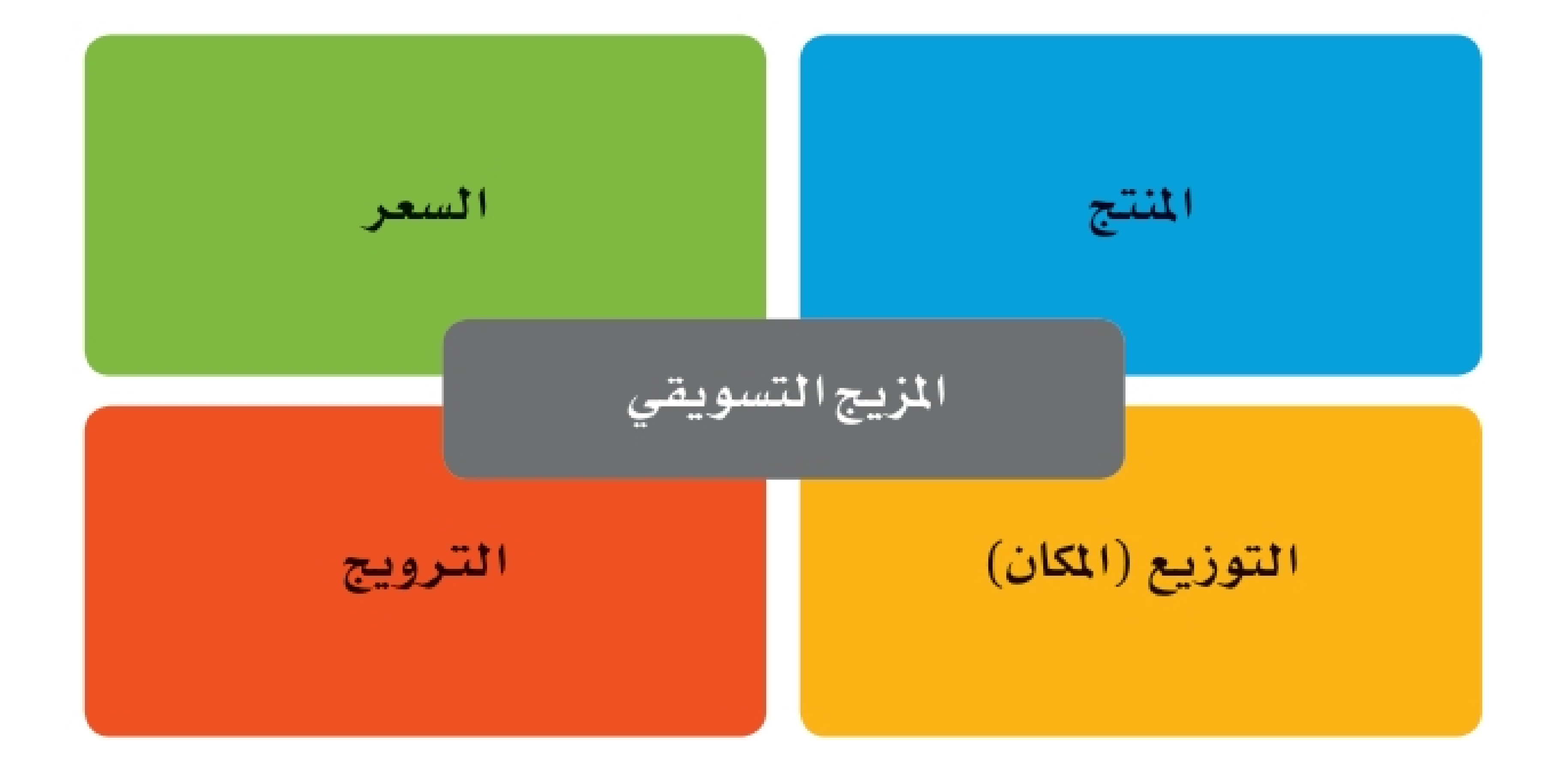
هناك تعريفات عدة للتسويق منها:

«التسويق هو إتاحة المنتج المناسب، بالكمية المناسبة، في المكان المناسب، في الوقت المناسب، وتحقيق أرباح من ذلك».

عناصر المزيج التسويقي

هناك أربعة عناصر رئيسة تمثل مكونات المزيج التسويقي يشار لها اختصارًا باللغة الإنجليزية 4Ps لتضمنها عناصر تبدأ أسماؤها باللغة الإنجليزية بحرف P، وهي:

المنتج Product ، والمكان Place، والسعر Price ، والترويج Promotion.



1. **المنتج:** يعدّ المنتج أول عناصر المزيج التسويقي، ويمكن تعريفه بأنه كل ما يمكن بيعه، في حين يرى بعضهم أن المنتج هو «أي شيء يقدم للسوق بغرض الاقتناء أو الاستخدام» مثل السيارة أو الحاسب الآلي أو الخبز أو الإقامة في غرفة فندق. ويأخذ المنتج أشكالًا عدة، فقد يكون سلعة مادية ملموسة مثل التمر والقلم، أو أن تكون خدمة غير ملموسة مثل فتح حساب في بنك، أو كبيع فكرة مشروع تجاري على أحد المستثمرين، أو تقديم استشارة إدارية أو تسويقية للشركات. وهكذا، فإن مفهوم المنتج يشمل جانبين مهمين هما:
   - السلع: وهي المنتجات الملموسة التي لها خصائص مادية محددة.
   - الخدمات: وهي المنتجات غير الملموسة التي تحقق منفعة مباشرة للمستهلك.

2. **التسعير:** يُعدّ التسعير من أصعب القرارات التسويقية التي تتخذها المنشأة نظرًا لارتباطها الوثيق بكينونة المنتج ومكانته. وهو من أول ما يقيمه المستهلك، ويستند إليه في قرار الشراء. فكم من منتج فشل في السوق بسبب السياسة الخاطئة لتسعيره. ولذلك تولي المنشآت الناضجة أهمية كبرى لسياسة التسعير وكيفية وضعها.

3. **الترويج:** هو «عملية الاتصال بالجمهور بهدف التأثير في سلوكهم» ويتضمن الترويج خمسة عناصر، تسمى المزيج الترويجي وهي الإعلان، والبيع الشخصي، والدعاية والنشر، وتنشيط المبيعات، والتسويق المباشر كما يتضح من الشكل الآتي.





الوحدة الثالثة: التسويق

ما هو التسويق؟

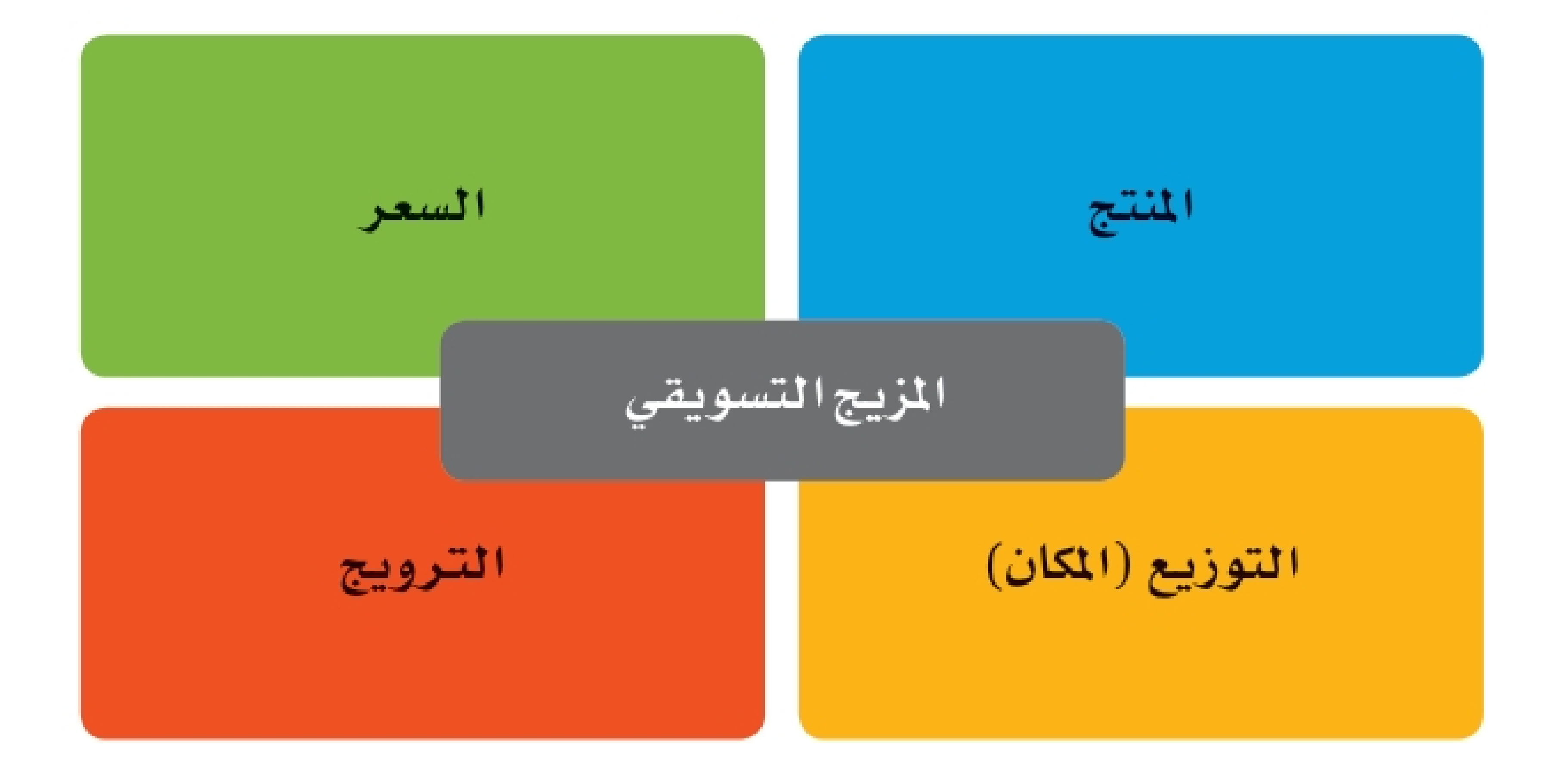
هناك تعريفات عدة للتسويق منها:

«التسويق هو إتاحة المنتج المناسب، بالكمية المناسبة، في المكان المناسب، في الوقت المناسب، وتحقيق أرباح من ذلك».

عناصر المزيج التسويقي

هناك أربعة عناصر رئيسة تمثل مكونات المزيج التسويقي يشار لها اختصارًا باللغة الإنجليزية 4Ps لتضمنها عناصر تبدأ أسماؤها باللغة الإنجليزية بحرف P، وهي:

المنتج Product ، والمكان Place، والسعر Price ، والترويج Promotion.



1. **المنتج:** يعدّ المنتج أول عناصر المزيج التسويقي، ويمكن تعريفه بأنه كل ما يمكن بيعه، في حين يرى بعضهم أن المنتج هو «أي شيء يقدم للسوق بغرض الاقتناء أو الاستخدام» مثل السيارة أو الحاسب الآلي أو الخبز أو الإقامة في غرفة فندق. ويأخذ المنتج أشكالًا عدة، فقد يكون سلعة مادية ملموسة مثل التمر والقلم، أو أن تكون خدمة غير ملموسة مثل فتح حساب في بنك، أو كبيع فكرة مشروع تجاري على أحد المستثمرين، أو تقديم استشارة إدارية أو تسويقية للشركات. وهكذا، فإن مفهوم المنتج يشمل جانبين مهمين هما:
   - السلع: وهي المنتجات الملموسة التي لها خصائص مادية محددة.
   - الخدمات: وهي المنتجات غير الملموسة التي تحقق منفعة مباشرة للمستهلك.

2. **التسعير:** يُعدّ التسعير من أصعب القرارات التسويقية التي تتخذها المنشأة نظرًا لارتباطها الوثيق بكينونة المنتج ومكانته. وهو من أول ما يقيمه المستهلك، ويستند إليه في قرار الشراء. فكم من منتج فشل في السوق بسبب السياسة الخاطئة لتسعيره. ولذلك تولي المنشآت الناضجة أهمية كبرى لسياسة التسعير وكيفية وضعها.

3. **الترويج:** هو «عملية الاتصال بالجمهور بهدف التأثير في سلوكهم» ويتضمن الترويج خمسة عناصر، تسمى المزيج الترويجي وهي الإعلان، والبيع الشخصي، والدعاية والنشر، وتنشيط المبيعات، والتسويق المباشر كما يتضح من الشكل الآتي.

عناصر المزيج الترويجي



أ. الإعلان:

يُعدّ الإعلان العنصر الرئيس من جملة عناصر الترويج. ويمكن تعريفه بأنه «وسيلة غير شخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار بواسطة جهة معلومة مقابل أجر معين» ويهدف الإعلان إلى توصيل المعلومات إلى أعداد كبيرة من الجمهور في الوقت نفسه، وذلك باستخدام وسائل إعلام عدة، مثل: الصحف، والمجلات، والتلفاز، والإذاعة، والبريد المباشر، والقنوات الفضائية، والإنترنت، ولوحات العرض في الطرق والشوارع، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الجوال.

ب. البيع الشخصي:

ويقصد بالبيع الشخصي الاتصال الشخصي بين مندوب المبيعات والعميل بغرض إقناعه بالشراء، وهو الأسلوب التقليدي الدارج سابقًا للبيع، وهو يتميز بالمواجهة المباشرة بين البائع والمشتري ومن ثم يكون تأثيره أكبر في قرار الشراء.

ج. الدعاية:

وهي وسيلة مجانية غير شخصية لتقديم السلع والخدمات والأفكار للجمهور بواسطة جهة معلومة. وتتخذ الدعاية أشكالًا عدة مثل خبر صحفي في جريدة أو مقالة مطولة عن مشروع في مجلة، أو رسالة نصية ناصحة في تطبيقات الجوال، أو إنفوجرافيك توعوي في وسائل التواصل الاجتماعي.

د. تنشيط المبيعات:

تعد وسائل تنشيط المبيعات متعددة ومختلفة مثل منح الهدايا المجانية والعينات التجريبية والتخفيضات المؤقتة واستخدام المسابقات ذات الجوائز المالية أو العينية المختلفة. ويمكن استهداف ثلاث شرائح من المجتمع فيما يتعلق بتوجيه هذه الوسائل: شريحة المشترين، وشريحة الموزعين، وشريحة رجال البيع. ويتم تصميم وسائل تنشيط مناسبة لكل شريحة من هذه الشرائح.

هـ. التسويق المباشر:

يُعدّ التسويق المباشر أحد الأساليب التسويقية التي أصبحت تستخدم بوصفها إحدى الأدوات الإستراتيجية في خطط المنشآت، إذ يمكن أن يحقق كثيرًا من المميزات التنافسية المستمرة مثل تغيير مستويات أوجه المنافسة، وتعميق العلاقة مع العملاء، وتجاوز سلبيات قنوات التوزيع، وإيجاد المعوقات لدخول المنافسين الجدد، والمساهمة في توليد الأفكار والمنتجات الجديدة. ومن أبرز عناصر التسويق المباشر وأساليبه: البريد المباشر Direct Mail، والطلب البريدي (الطلب بالبريد) Mail-order، والإعلان ذو الاستجابة المباشرة Direct Response Advertising، والتسويق بالهاتف Telemarketing والتسويق الإلكتروني E-Marketing. والتسويق عبر الجوال Mobile Marketing وسيظل التطور الهائل في التكنولوجيا يظهر لنا بين مدة وأخرى أساليب جديدة من أساليب التسويق المباشر.

4. **التوزيع:** هو المهمة التي من خلالها يتم نقل السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى المستهلك الآخر. وعن طريقه يتم إيجاد المنافع الزمنية والمكانية ومنفعة الحيازة. وتُعدّ قرارات اختيار منافذ التوزيع من القرارات ذات الأهمية الإستراتيجية بالنسبة إلى المنشأة، إذ إن الخطأ في اختيار منفذ التوزيع المناسب للمنتج قد يؤدي إلى الفشل الذريع.

إضاءة

كيف تقنع العميل للشراء منك

- قدم سعرًا ثابتًا، فإن العملاء يحبون معرفة ما سيدفعونه بالضبط، بل في الغالب سيدفعون المزيد عندما يشعرون براحة البال.
- قدم استشارة مجانية. إن نصف ساعة تستغرقها في بناء المزيد والمزيد من الألفة مع عملائك تعني أنك تعمل لخدمتهم، فإنك إذا استحوذت على انتباه الجمهور فإنه يمكنك تعويض نصف الساعة في أجرك.

- ابدأ صغيرًا. قدم سلعًا وخدمات في متناول الجميع لتتمكن من بناء الثقة، وبمجرد أن يحبك العملاء، ستستطيع حينئذ أن تتوسع، وتعرض المزيد.
- قدم ضمانًا لعملك، فإن الضمانات تبني الثقة، وبناء الثقة يعني الحصول على عملاء ومبيعات أكبر في المستقبل.

نشاط 5-1

- ينقسم الطلاب إلى ثلاث مجموعات. وتضع كل مجموعة سلعة اشتراها أحدهم أخيرًا (مثال للسلع: لعبة، طلاء أظفار، وبسكويت، وشوكولاتة، وشامبو، وغيره).
- تحصل كل مجموعة على بطاقة من البطاقات الثلاثة الآتية:
  - منافسة.
  - سعر.
  - موقع.
- فريق المنافسة يقوم بعصف ذهنى لعدد السلع التي تنافس السلعة التي حددتها المجموعة وهل السلع الأخرى تكون الأفضل؟
- فريق السعر يحدد ما إذا كان السعر الذى اشتروا به السلعة مرتفعًا أو منخفضًا. وهل يوجد سلع مشابهة تباع بأسعار أقل؟
- فريق الموقع يناقش أين تباع السلعة؟ وهل الموقع ملائم للسلعة أم لا؟

الوحدة الرابعة: الخطة التسويقية

لكى تبدأ مشروعًا ناجحًا، فيجب عليك فهم ما الذى تقدمه للعميل؟، وكيف يختلف ما تقدمه عن غيرك من المنافسين؟ هذا ما ستجيب عنه خطة التسويق التي تساعدك على فهم الفوائد والسمات المهمة لمنتجك. وكيف تجذب العملاء وتحافظ عليهم.

مكونات خطة التسويق

تتكون خطة التسويق من المكونات الرئيسة الآتية:

1. **أهداف الخطة:** تبين الأهداف الغرض من المشروع، وما الذى تريد إنجازه؟ وما هو حجم المبيعات الذي تريد تحقيقه.
2. **الإستراتيجيات:** وهي تحدد الأساليب التي ستصل بها إلى ما تريد، وتتضمن إستراتيجيات عدة:
   - إستراتيجية التسعير: وفيها تحدد السعر الذي ستبيع به منتجك.
   - إستراتيجية المنتج: تتناول كل ما يتعلق بالمنتج من حيث مستوى الجودة، والتصميم، وغيره.
   - إستراتيجية المكان: ما هي قنوات التوزيع؟ هل سيكون هناك متجر؟ وأين موقعه؟
   - إستراتيجية الترويج: وتتضمن خمسة أنواع رئيسة للترويج، وهي الإعلان، والبيع الشخصي، وتنشيط المبيعات، والعلاقات العامة، والتسويق المباشر.
3. **الميزانية:** وتشتمل وضع ميزانيات لكل من: المبيعات، وأساليب التسويق ووسائله.

نشاط 5-2

الخطة التسويقية المختصرة

استخدم النموذج الآتي في وضع خطة تسويقية مع زملائك عبر المجموعات بعد أن تختار كل مجموعة مشروعًا محددًا يختلف عن المجموعات الأخرى.

1. أهداف الخطة:

- المبيعات بالريال السعودي: ....
- الحصة السوقية: ....
- السوق أو الأسواق المستهدفة: ....
- العميل الرئيس المستهدف: ....
- وصف المنتج: ....

2. البرامج التسويقية المقترحة

البرنامج	مدى فعاليته	تكلفته (ريال)	الوقت لتنفيذه

3. الخطة التنفيذية والتكلفة

البرنامج	التاريخ	الوصف	الوسيلة	التكلفة	الشخص المسؤول

تمارين وتطبيقات للمراجعة

أولًا أجب عن الأسئلة الآتية

في الجدول أدناه:

1. اكتب خمسة منتجات تشتريها بشكل منتظم. مثال: أحذية رياضية، وشامبو للشعر.
2. بالنسبة إلى كل نوع من المنتجات حدد كل الماركات التي يمكنك تذكرها. فمثلًا أديداس ماركة للأحذية الرياضية، وصن سيلك مثال لشامبو الشعر.

المنتج	الماركة (العلامة التجارية)

3. ما هو التسويق؟
4. كيف تساعد بحوث السوق رواد الأعمال على الحصول على التمويل؟
5. ما هو الهدف من إجراء تحليل سواتSWOT ؟
6. ما العناصر الأربعة التي تكون المزيج التسويقي؟

ثانيًا: اختبر معلوماتك:

اقرأ الجمل الآتية، وحدد ما إذا كانت صحيحة أم خاطئة:

صح　**خطأ** – الفائدة الوحيدة من إجراء دراسة السوق هي تحديد نوع الأفراد الذين يشترون المنتج.

صح　**خطأ** – بحث السوق يساعدك على تحديد من هم منافسوك.

صح　**خطأ** – السوق المستهدفة تكون أصغر من السوق الكبيرة.

صح　**خطأ** – كل المشروعات لديها الأهداف التسويقية نفسها.

صح　**خطأ** – أهداف السوق يجب أن يكون لها أطار محدد من الوقت.

صح　**خطأ** – المزيج التسويقي هو خليط لأربعة عناصر.

ثالثًا: تمرين حسابي

قرر يحيى أن يصبح رائد أعمال، وأن يقوم بأكبر عدد ممكن من الأعمال لكسب المال. وقد فكر في الأعمال التي يمكنه القيام بها، وحددها في غسيل سيارات الجيران، وتوصيل الطلبات لهم.

- استخدم المعلومات الآتية لمساعدة يحيى على التفكير في الأعمال التي يمكنه أن يبدأ بها مشروعه بوصفه رائد أعمال صغيرًا، ويكسب الكثير من المال.

غسيل السيارات	ثمن غسيل السيارة الواحدة ١٠ ريالات
توصيل الطلبات	ثمن توصيل الطلبات لمرة واحدة 5 ريالات

- إذا قام يحيى بغسيل ست سيارات للجيران فكم سيكسب من أموال؟
- إذا قام يحيى بتوصيل الطلبات للزبائن ثماني مرات فكم سيكسب من أموال؟
- قرر يحيى أداء أكبر عدد من الأعمال لكسب المزيد من المال لشراء دراجة جديدة حديثة أعجبته في أحد المتاجر، ولذا فقد عمل جدولًا لمتابعة الأعمال التي يقوم بها مدة شهر. أكمل الجدول مع يحيى لمساعدته على معرفة الأعمال التي يقوم بها كل شهر.

الأسبوع	1	2	3	4	المجموع
غسيل السيارات	7 مرات	10 مرات	4 مرات		
توصيل الطلبات	10 مرات	9 مرات		12 مرة	
الأعمال الكلية التي يقوم بها يحيى	16 مرة		12 مرة	19 مرة	

- حدد مجموع مكاسب يحيى من كل عمل خلال شهر.
- مجموع مكاسب يحيى من العملين.
- ما رأيك أي العملين يحقق ليحيى مكاسب أكثر؟ ولماذا؟
- إذا كان يحيى يدخر 3/1 مما يكسبه من أموال لشراء الدراجة التي يريدها. فكم سيدخر كل شهر؟
- إذا كان ثمن الدراجة التي يريدها يحيى 1395 ريالًا. فكم شهرًا يحتاج إليها لادخار ثمن الدراجة؟

رابعًا: تمرين حسابي

في أثناء إعداد جمانة مشروعها الذي تمثل في تصميم ورق الحائط، وجدت أن المستلزمات المطلوبة لمشروعها تحتاج 550 ريالًا. وكان لدى جمانة مدخرات بمبلغ

220 ريالًا. وقررت جمانة اقتراض باقي المطلوب لمشروعها من والدها. ساعد جمانة على الآتي:

أ. تحديد الأموال التي ستقترضها من والدها لتكملة الأموال المطلوبة لمستلزمات المشروع.

ب. إذا كانت جمانة قررت أن ترد لوالدها الأموال التي اقترضتها منه على ثلاثة شهور، فكم سترد كل شهر؟

حالة للنقاش: الكوكيز

تمكنت دبي فيلدز Debbi Fields من إنشاء مشروع وصلت قيمته إلى ملايين الدولارات من عمل المخبوزات الصغيرة المعروفة بـ (الكوكيز). فقد كانت (دبي) في عمرها السابع عشر عندما تزوجت من رجل كبير فى السن كان يشغل وظيفة اقتصادي لامع. وكونها أصبحت زوجة لرجل مهم يحوز على الاهتمام لنجاحه في وظيفته جعلها تفكر في أن تصبح مثل زوجها بإنجاز شيء مهم في حياتها.

كانت دبي تعد شرائح الكوكيز للأصدقاء والأسرة منذ أن كان عمرها 13 عامًا. ولذا قررت أن تبدأ مشروع بيع كوكيز للجمهور، ولم يعتقد أحد من أفراد أسرة دبي أو أصدقائها أو حتى زوجها أن فكرتها من الممكن أن تحقق أي نجاح. حيث كانت ما تعده من كوكيز يجب أن يؤكل طازجًا بمجرد إعداده، وإلا أصبح لينًا، ويمضغ بسهولة، وليس هشًّا مثل الماركات المبيعة في المتاجر.

رفضت دبي أن تتخلى عن فكرتها. وأمام إصرارها قرر زوجها أن يدعمها بكل ما يستطيعه، على الرغم من أنه كان يعتقد أنها لن تنجح أبدًا. أيضًا

عندما لجأت إلى الاقتراض من البنك أخبرها موظف البنك الذي أعد لها إجراءات القرض مقابل رهن منزلها بأن مشروعها لن ينجح أبدًا، ولكنه منحها القرض واثقًا بوضع زوجها على الالتزام برد القرض.

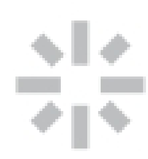
افتتحت دبي متجرًا صغيرًا في مدينة بولاية كاليفورنيا الأمريكية في شهر أغسطس عام 2007م. وفي يومها الأول في المتجر لم تستطع بيع ولا كوكيزة واحدة، وحتى لا تصاب باليأس، وفي محاولاتها لإنجاح مشروعها فقد عبأت صينية بالكوكيز، وسارت بها حول المتجر مقدمة ما فيها من كوكيز بالمجان للمتسوقين. وقد نجحت خطتها، فخلال ساعة واحدة كان الزبائن داخل متجرها يشترون الكوكيز، وباعت بما قيمته 100 دولار في ذلك اليوم. وبما قيمته 125 دولارًا في اليوم التالي. وحتى يومنا هذا فإن متجر دبي يعطي الزبائن عينات مجانية لتشجيعهم على شراء الكوكيز، وقد نما المشروع بسرعة كبيرة، ولكن معظم الأرباح كانت توجه لرد قروض البنوك التي حصلت دبي على كثير منها بعد ذلك لاستثمارها في تمويل افتتاح متاجر جديدة للكوكيز.

وبعد مرور تسع سنوات فكرت دبي في أن تستبدل بالتمويل عن طريق القروض التمويل عن طريق الملكية. حيث باعت جزءًا من أسهم الشركة للجمهور، واستخدمت النقد المتحصل لرد أموال القروض للبنوك، واستخدمتها في تمويل التوسعات للمشروع.

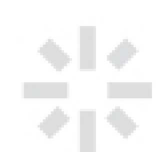
مناقشة:

1. اذكر ثلاثة دروس مستفادة من هذه القصة؟
2. هل يُعدّ أسلوب دبي في تمويل مشروعها مناسبًا؟

المصدر: انظر الموسوعة الحرة ويكيبيديا.



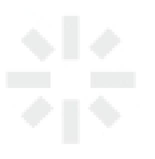






الفصل السادس

خيارات إنشاء المشروع





أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل سيكون الطالب قادرًا على أن:

- يعرف الأنواع الرئيسة لملكية المشروعات التجارية.
- يفرق بين الأشكال المختلفة للأعمال التجارية.
- يقيم بدائل الأشكال القانونية للمشروع.
- يتعرف إلى متطلبات العمل من المنزل.
- يختار النشاط الملائم للمشروع الصغير.

الوحدة الأولى: خيارات مهمة أمام رائد الأعمال

أمام رائد الأعمال أربعة خيارات مهمة لبدء مشروعه وأهمها ما يأتي:

1. أن تبدأ مشروعًا جديدًا.
2. أن تشتري مشروعًا قائمًا.
3. أن تحصل على حق الامتياز.
4. العمل من المنزل.

البدء بمشروع جديد	شراء مشروع قائم	الامتياز التجاري	العمل من المنزل

أولًا: البدء بمشروع جديد

نقاط القوة	نقاط الضعف
لديك فرصة لإعداد دراسة تفصيلية متكاملة عن المشروع، وتحديد جدواه ونسبة نجاحه قبل البدء بتنفيذه.	يتطلب الكثير والمزيد من الوقت والجهد.
يمكنك اختيار المشروع المتوافق مع إمكاناتك المالية والفنية.	يتطلب تكاليف عالية لإجراء دراسات تفصيلية مسبقة.
يمكنك اختيار المشروع المتوافق مع خبراتك ومؤهلاتك ورغباتك.	يحتاج إلى مدة قد تكون طويلة لكي يبدأ بتحقيق الإيرادات المستهدفة.

نقاط القوة	نقاط الضعف
يمكنك اختيار الموقع الملائم للمشروع.	قد يحتاج إلى قدر كبير من السيولة النقدية لتوفير الأموال الكافية.
يمكنك السيطرة على الجوانب والمواقف والمستجدات المتعلقة بالمشروع.	يحتاج إلى تكلفة تأمين الموارد والإمدادات الفنية والمعلوماتية والبشرية المناسبة.
لديك الفرصة لاختيار المشروع الجديد الذي طالما خططت له، وبحثت عنه.	قد لا تتوافر لديك الخبرة الكافية لمنع كل الأخطاء، ومواجهة القيود والأزمات.

ثانيًا: شراء مشروع قائم

نقاط القوة	نقاط الضعف
عدم الحاجة إلى إجراءات ترخيص جديدة.	قد يتم عدم الإفصاح عن الأسباب والخفايا الكامنة وراء بيع المشروع، التي قد تكون غير إيجابية وغير مرضية.
الاستفادة من كون المشروع قائمًا وله سوقه وزبائنه، وموردوه وموظفوه.	قد لا تتوافر في المشروع الخصائص والمقومات التي تبحث عنها.
الاستفادة مما للمشروع من خبراته العملية.	قد لا يتوافق المشروع بدرجة كبيرة مع تصوراتك وطموحاتك للمشروع المستقبلي.
الاستفادة من كون المشروع مستمرًّا، ويعمل دون توقف ومن ثم فإن إيراداته ستكون مستمرة، ويمكن تنميتها.	قد يكون موقع المشروع غير ملائم لظروفك وتوجهاتك.
الاستفادة من الصورة الذهنية والسمعة الحسنة عن المشروع إذا أحسنت اختياره، وكذلك أحسنت توظيفها واستثمارها.	قد تكون تكلفة الشراء مرتفعة؛ لأن السعر الذي سيطلبه البائع سيتضمن حق الملكية والشهرة.

ثالثًا: الامتياز التجاري

حق الامتياز هو أحد أهم الخيارات أمام رائد الأعمال، وهو المرادف أو البديل لتكوين المنشآت الصغيرة، وهو متاح في مجالات الأعمال المختلفة وأنشطتها. وحق الامتياز هو طريقة في التجارة تقوم من خلاله شركة (مانحة الامتياز) بمنح الآخرين (مشتري الامتياز) الحق في إنتاج وبيع وتوزيع أو تسويق منتجات أو خدمات الشركة الأصلية بما في ذلك قيام الشركة المشترية للامتياز باستخدام اسم الشركة مانحة الامتياز وعلامتها التجارية وسمعتها وإجراءاتها وتقنياتها في البيع.

وعند رغبة رائد الأعمال في اختيار الامتياز التجاري فعليه الإجابة عن الأسئلة الآتية التي تتعلق بثلاثة محاور رئيسة هي: الاستثمار، والقدرات، والتوجهات الشخصية:

1. الاستثمار:

- كم حجم رأس المال الإجمالي الذي ستخصصه للاستثمار بالامتياز؟
- ما هو حجم المال الذي بوسعك تحمل خسارته؟
- هل لك شريك بالاستثمار أم ستلجأ لجهات التمويل؟

2. القدرات:

- هل فرصة الفرنشايز المستهدفة تتطلب منك خبرة في مجال الفرصة، كمثال صيانة السيارات، أو أعمال السباكة والكهرباء؟
- ما هي المهارات التي تتمتع بها، وتستطيع توظيفها في الامتياز؟
- ما هي الخبرات المتوافرة لديك، وتستطيع توظيفها في الامتياز؟

3. الأهداف:

- هل لديك تصور عن حجم الدخل السنوي من خلف فرصة الامتياز؟
- ما عدد ساعات العمل اليومية التي ستخصصها للعمل في الامتياز؟
- هل ستدير الامتياز بنفسك أم بتعيين مدير لها؟
- هل تعتقد أنك قادر على متابعة النشاط لمدة العقد أم ستشعر بالملل مع الوقت؟

هذه الأجوبة مهمة لتحديد اختيارك للامتياز، فمجرد حصولك على الامتياز ليس نهاية المطاف بل هو البداية التي تخضع لتقلبات السوق وتحديات العمل.

وعند الرغبة في التعامل مع أحد المانحين للامتياز التجاري فمن المهم إخضاع ذلك للتقييم، ويمكن الاستعانة بالجدول الآتي لتقييم مانح الامتياز:

معايير التقييم لمانح الامتياز

م	معايير التقييم	الوزن النسبي ٪
1	قوة الاسم التجاري والعلامة التجارية	
2	عمر الشركة المانحة	
3	مستوى الانتشار في السوق المحلي	
4	مستوى الانتشار في السوق الخارجي	
5	الخبرة السابقة في منح الامتياز	
6	مستوى نجاح الحاصلين على حق الامتياز منها	
7	عدد الممنوحين للشركة المانحة	
8	رسوم استغلال حق الملكية (رسوم مستمرة)	
9	الأنظمة الفنية والمالية والإدارية والتسويقية لدى الشركة المانحة	
10	مستوى الإقبال على منتجات الشركة المانحة وخدماتها	
11	القوة المالية للشركة المانحة	
12	الجهد الإعلاني والحملات الترويجية لمنتجات الشركة المانحة	
13	معايير أخرى:	
المجموع		100٪

المصدر: تقرير الامتياز التجاري: جمعية ريادة الأعمال- 1435هـ.

أكبر شركات الامتياز في العالم 2018م

الترتيب	اسم الشركة	المجال
1	ماكدونالد	وجبات سريعة
2	كنتاكي	دجاج بروست
3	برقر كنج	وجبات سريعة
4	بيتزا هت	بيتزا
5	سفن إليفن	تموينات غذائية
6	ماريوت	فنادق ومنتجعات
7	RE/MAX	عقارات
8	دانكن دونت	مخبوزات وكعك
9	إنتركونتننتال	فنادق ومنتجعات
10	صب واي	سندويتشات

المصدر: Franshise Direct 2018(http://www.franchisedirect.com)

وفيما يأتي نقاط القوة ونقاط الضعف لاختيار الامتياز التجاري:

نقاط القوة	نقاط الضعف
الاستفادة من خبرة مانح الامتياز.	التقيد بتعليمات وشروط مانح الامتياز.
توفير الدعم والتدريب المستمر.	موقف مانح الامتياز أقوى عند التعاقد.
إمكانية الحصول على تمويل بتقسيط مبالغ تكاليف بدء التشغيل.	ضرورة دفع قيمة الامتياز من المبيعات ما يقلل الربحية.

نقاط القوة	نقاط الضعف
شراء المنتجات والمواد والمعدات والخدمات المستخدمة في مؤسستك بصورة مباشرة من مانح الامتياز بأسعار مخفضة.	محدودية التصرف بالملكية بسبب شروط مانح الامتياز.
الاستفادة من قوة العلامة التجارية في جذب العملاء.	إلزام الممنوح بشراء بعض المواد والمنتجات والخدمات من مانح الامتياز حتى ولو كانت أغلى من السوق.
مساهمة مانح الامتياز بالإعلان والترويج العام للمنتج.	أداء الممنوحين للامتياز في مواقع أخرى يؤثر في سمعة الممنوح.
	قد تخسر كثيرًا إذا تم سحب الامتياز.

الوحدة الثانية: العمل من المنزل

الخيار الرابع أمام رائد الأعمال هو العمل من المنزل، والعمل من المنزل في الحقيقة يمكن أن يكون مشروعًا جديدًا أو أن يُشترى بوصفه مشروعًا قائمًا، أو قد يكون امتيازًا تجاريًّا. ولكن لأهمية هذا المجال للمنشآت الصغيرة فقد تم إفراده في وحدة منفصلة بوصفه خيارًا متاحًا ومهمًّا لرائد الأعمال المبتدئ.

والعمل من المنزل الذي يشمل ما يسمى ببعض الدول العربية (الأسر المنتجة)، ويتضمن أيضًا عددًا من مجالات العمل الحر. ويرتكز العمل من المنزل على مشروعات متناهية الصغر تنتشر في أنحاء العالم، وتتطور بتسارع كبير. ومن أسباب انتشار العمل من المنزل ما يأتي:

1. تقليل تكاليف بدء المشروع بتوفير الأموال التي تدفع في إيجارات المكاتب أو المتاجر.
2. تزايد سهولة العمل من المنزل بناء على ما تقدمه شبكات الاتصالات والإنترنت من إنشاء مواقع الويب، والسهولة في تبادل الوثائق، وإرسال البريد، وأداء أي نوع من الاتصالات من المنزل.
3. توافر عدد من التجهيزات تقليدية وشعبية متاحة في المنزل أو تكنولوجية لمساعدة المشروعات الصغيرة مثل: كمبيوتر، وطابعة، وماسحة ضوئية، وغيره من تجهيزات كالطاولات والمقاعد.

هل العمل من المنزل مناسب لمشروعك؟

من المؤكد أن العمل من المنزل لا يناسب كل أنواع المشروعات. ولتحديد مدى ملاءمة المنزل لمشروعك أجب عن الأسئلة الآتية:

- كيف ستتعامل مع عملائك؟ ومورّدي مستلزمات الإنتاج؟ هل سيأتون بسياراتهم، ويتركونها في الانتظار خارج المنزل لشحن منتجاتك، أو تسليمك مشترياتك؟
- هل مشروعك يحتاج مساحات كبيرة لأداء ما تقدمه من خدمات، أو لتخزين مستلزمات الإنتاج؟
- هل يتوافر بالمنزل الظروف المناسبة لأدائك العمل من حيث ضوضاء الأطفال، والإخوة، والزوار، والتلفاز؟



- إذا كان المنزل مؤجرًا، فهل المالك سيعطيك موافقة على مشروعك؟

التعرف إلى الشروط الرسمية للعمل من المنزل والتوافق معها

في حالة ممارسة المشروع من المنزل تأكد من أن أنشطة مشروعك التي تمارسها بالمنزل تكون في حدود القوانين. ولكي تتعرف إلى القوانين الخاصة بمشروعات المنزل قم بزيارة مواقع الويب للأجهزة الحكومية الخاصة بتلك القوانين.

إضاءة

معرض (منتجون)

تقيم الغرفة التجارية الصناعية بالرياض معرضًا سنويًّا هو عبارة عن منصة تسويقية كبيرة متاحة للمستثمرات من المنزل وكذلك الأسر المنتجة لتسويق منتجاتهم للجمهور والتعريف بنشاطهم التجاري. وقد شارك في المعرض الثالث لعام 1437هـ أكثر من 600 مستثمرة من المنزل في أنشطة مختلفة. وهناك أيضًا معارض مشابهة تقام في عدد من مناطق المملكة تتيح الفرصة للعاملين من المنزل للتعريف بأنشطتهم.

منتجون للمستثمرات من المنزل

الخطوات الخمسة لبدء مشروع من المنزل

هناك خطوات خمسة لبدء مشروع من المنزل، وهي على النحو الآتي:



1. **قيم مواهبك ومهاراتك:** فكر في مواهبك وسمات شخصيتك، فأنت ربما تكون شخصًا مبتكرًا، أو شخصًا لديه موهبة في الاتصال الجيد، وإقامة العلاقات مع الأفراد. موهبتك هي الأساس لأي مشروع تجاري ناجح بما في ذلك مشروعات المنزل.



2. **افحص مهاراتك:** والمهارة هي الشيء الذي يمكنك عمله بكفاءة. الفرق بين المواهب والمهارات هو أنك تولد بالمواهب، ولكنك تطور مهاراتك بمرور الوقت بالتعلم. فمثلًا أحد الأشخاص قد تكون لديه موهبة الابتكار، ولديه مهارات جيدة في الرسم أو التصميم.

امزج مواهبك ومهاراتك معًا، وفكر في مشروعات يمكن تنفيذها بالمنزل. الآتي نصائح تصلح للتطبيق عند بدء أي مشروع تجاري، ولكن نظرًا لأننا نركز في هذا الجزء على مشروعات المنزل فإن السؤال يكون: «بهذه المهارات والمواهب التي لدي، فأي نوع من مشروعات المنزل يمكنني أن أبدأ؟» والإجابة كالآتي:

افترض أنك واحد من هؤلاء الذين لديهم مهارات التعامل مع الكمبيوتر، مع توافر مواهب فنية لديك في التصميم والرسم، فإن أمثلة لما يمكن أن تبدأ به مشروعًا بالمنزل قد تكون:



- تصميم مواقع الويب.
- عمل فلايرز وبروشورات ووسائل إعلانات مطبوعة.

ولنفترض مثلًا أن لديك موهبة التنظيم والاهتمام بالتفاصيل، مع توافر مهارات التعامل مع الأرقام وغيرها من المهارات المدعمة لتلك المواهب، فإن أمثلة مشروعات المنزل لك هي:



- المحاسبة ومسك الدفاتر.
- خدمات الدروس الخصوصية.

وهذه فقط أربع أفكار بمشروعات قائمة على مهارتين، ولكن من المؤكد أن لديك أكثر من مهارة واحدة أو مهارتين. فكر في مواهبك ومهاراتك، وستجد نفسك قد توصلت إلى قائمة كبيرة من مشروعات المنزل.

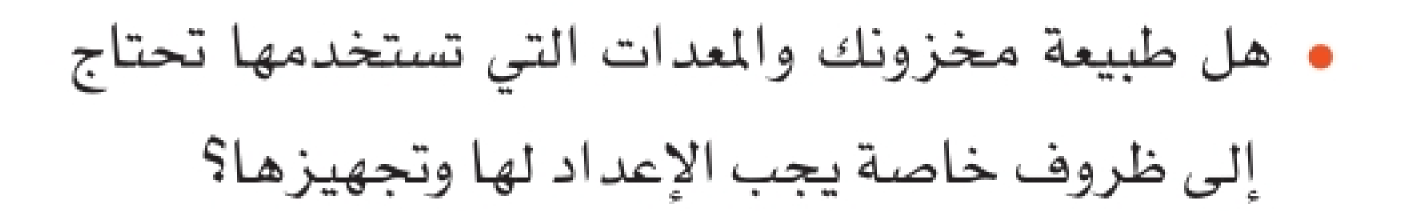
3. **اختبر صلاحية فكرة مشروعك للتنفيذ بالمنزل:** في الحقيقة ليست كل المشروعات تصلح للعمل بشكل جيد بالمنزل، وبعضها قد لا يصلح على الإطلاق، فأنت مثلًا لن تكون قادرًا على بدء مشروع تصنيعي في حي سكني يحيطك فيه كثير من الجيران، وإن أي مشروع يتطلب تردد كثير من العملاء عليك ذهابًا وإيابًا سوف يسبب بالتأكيد مضايقة وإزعاجًا لجيرانك.

وارجع إلى قائمة أفكار مشروعات المنزل، وقيم احتمالات تحقيق كل منها للأرباح. إذا كانت إجابة أي من السؤالين السابقين عن أي فكرة غير مرضية، اشطب على هذه الفكرة.

4. **عمل قائمة بالمطلوب لإعداد منزلك للمشروع:** بناء على طبيعة المنتج/ الخدمة الذي تنوي تقديمها، هل يمكنك بدء المشروع بالمنزل؟ إذا كانت الإجابة (لا) فما المطلوب عمله لجعل منزلك مستعدًّا للمشروع؟



- هل ستحتاج مساحة لتخزين المستلزمات، والمعدات، والسجلات؟
- هل تتوافر لديك فعلًا المساحة أو الحجرة التي ستستخدمها لممارسة عمليات مشروعك أو كمكتب له؟



- هل طبيعة مخزونك والمعدات التي تستخدمها تحتاج إلى ظروف خاصة يجب الإعداد لها وتجهيزها؟



وبعد أن تحدد المطلوب، ضع تقديرات للتكاليف اللازمة لتوفيرها.

5. **احصل على موافقة أسرتك على مشروع المنزل:** إضافة إلى ما تم ذكره في الوحدة السابقة من إرشادات عن كيف تكسب دعم أسرتك لك بوصفك رائد أعمال، إلا أن بدء مشروع من المنزل يحتاج منك إلى جهد إضافي لكسب دعم أسرتك وموافقتها.



فأعضاء الأسرة الذين سيقدمون تضحيات، وسيعانون تغييرًا في أسلوب حياتهم من أجل مشروعك يحتاجون إلى معرفة ما تنوي عمله، وكيف سيؤثر ذلك فيهم. تحدث معهم، واطلب منهم الدعم، وإذا كانت لديهم أسئلة أو اعتراضات ناقشها معهم بانفتاح، فالاهتمام بآرائهم ومناقشتها بصراحة معهم تساعدك على تجنب المشكلات فيما بعد.

أمثلة لمشروعات المنزل الشائعة والتجهيزات المطلوبة لكل منها

1. **عمل دمى للأطفال يتطلب تخصيص:**





- غرفة لماكينة الخياطة، وطاولة، وكمبيوتر لعمل التصميمات وتسجيل البيانات والحسابات.

- خزانة أو دولاب لحفظ الأقمشة والقطن والإسفنج وغيرها.
- دوسيه لحفظ الأوراق والمستندات.

2. **مشروع تصوير الحفلات والأفراح:**



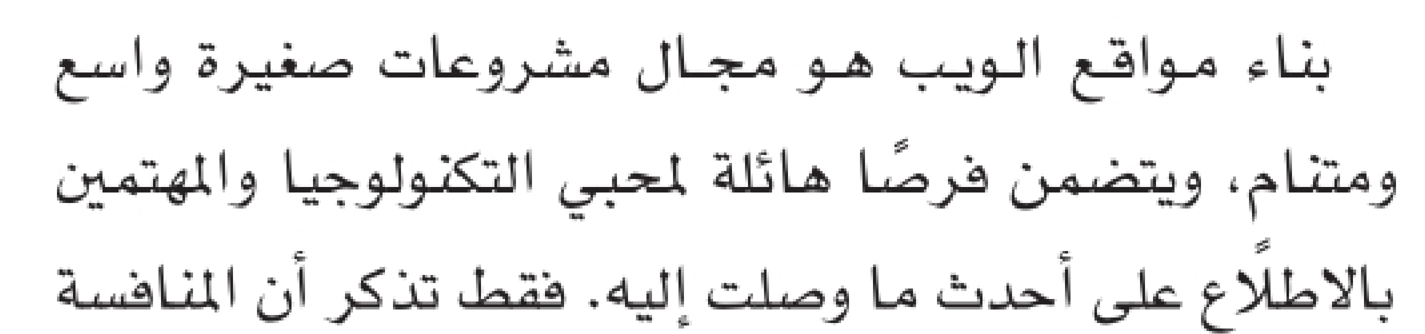
- غرفة مناسبة لإعداد الصور.
- طاولة بأدراج لحفظ الصور.
- دوسيه للأوراق.

نصائح صغيرة لإنشاء مشروع بالمنزل:

1. حدد جدولاً للأوقات التي ستخصصها لأعمال مشروعك.
2. احتفظ بسجل مواعيد مقابلات يشمل مع من ستلتقي، ومتى، وما هو موضوع المقابلة؟
3. إنشاء عنوان بريد إلكتروني خاص بالمشروع، وعنوان بريد عادي لإرسال مستلزمات الإنتاج وخلافه إليك.
4. اشتراك في خط هاتف خاص بالمشروع ومنفصل عن ذلك المخصص للمنزل.
5. التقط صورًا لمكان مزاولتك للعمل بالمنزل؛ لكي يمكن استخدامها في التسويق للمشروع.
6. مراعاة الأخطار: غالبًا ما تكون مشروعات المنزل عرضة لعدد من الأخطار. ابدأ بتقييم أخطارك كالسرقة، واعتراضات المالك، وشكاوى الجيران، واحتمالات سرقة جهاز الكمبيوتر، أو تدمير ما عليه من بيانات.
وحاول أن تتخذ اللازم لتتجنب وقوعها.

أمثلة لمشروعات المنزل القائمة على استخدام النت

1. تصميم مواقع الويب:



بناء مواقع الويب هو مجال مشروعات صغيرة واسع ومتنام، ويتضمن فرصًا هائلة لمحبي التكنولوجيا والمهتمين بالاطلاع على أحدث ما وصلت إليه. فقط تذكر أن المنافسة قوية جدًا. ويتطلب مشروع تصميم مواقع الويب بعض المواهب الفنية، وبعض المعرفة عن البرمجة، وبعض الوقت للإلمام بها. اطلب ثمنًا عادلًا لتصميماتك، ولكن قدم خصمًا لتبدأ.

2. خدمات كتابة السير الذاتية ونشرها:



من الممكن أن تكون خدمات كتابة السير الذاتية ونشرها مشروع إنترنت عظيم، خاصة مع تزايد نسب البطالة، وعدد من يبحثون عن عمل، مع بعض التقديرات، فإن رسوم كتابة السيرة الذاتية قد تتراوح بين مئة إلى أربع مئة ريال. ويمكنك كتابة السير الذاتية من خلال إرسال استبانات عن طريق النت للراغبين لتعبئتها بالبيانات التي يريدون تسجيلها في سيرهم الذاتية، ثم متابعتهم بالاتصالات الهاتفية بما تحتاج إليه من إجابات عن الأسئلة إذا تطلب الأمر، ثم ترسل لهم على النت مسودات لسيرهم الذاتية لاستعراضها ومراجعتها. وبمجرد أن يرسل لك العميل مقابل خدماتك -مرة أخرى يمكن إجراء ذلك من خلال النت- يمكنك إرسال السيرة الذاتية له، أو نشرها على المواقع.

3. البيع والشراء من خلال النت:



مساعدة الأفراد في بيع ما يرغبونه على النت. ولعمل ذلك يمكنك الذهاب إلى منازلهم أو أماكن عملهم والتقاط صور لما يرغبون في بيعه، ثم بعد ذلك عرض الصور للبيع من خلال النت.

4. تسويق الكتب الإلكترونية:



أصبحت الكتب الإلكترونية بضاعة شائعة جدًّا على الإنترنت. يمكنك تحميل كتب إلكترونية من مواقع مختلفة وعدة، أو حتى يمكنك زيارة متجر كتب إلكترونية للتوصل إلى عدد كبير ومتنوع من الكتب الإلكترونية المعروضة للبيع لكي تقوم بالتسويق لها.

5. تسويق منتجات لمشروعات أخرى على النت:

ابحث عن تلك المشروعات، واتفق معها على تسويق منتجاتها على النت مقابل عمولة تتقاضاها.

6. مساعدات للطلبة:



مشروعات المساعدات الافتراضية -يقصد بها تلك التي تقدم من خلال النت- تتزايد بشكل سريع. يمكنك تقديم خدمات لمساعدة الطلبة على طباعة بحوثهم وإخراجها وتنسيقها. ويتشابه هذا المشروع مع غالبية مشروعات النت في أنه يمكنك أن تبدأ مشروعك باستغلال جزء من وقتك في أثناء دراستك.

7. **إعداد:** ملخصات للمقررات الدراسية أو أسئلة وإجاباتها النموذجية في أي موضوع يرد على ذهنك، ومن الأفضل أن تختار مجالًا تعرفه بشكل جيد، أو تعلم ما تريد معرفته عن أي مجال ترغبه.

الوحدة الثالثة: الشكل القانوني لمنشآت الأعمال

هناك أنواع عدة للشكل القانوني لمنشآت الأعمال يمكن تصنيفها إلى شكلين رئيسين طبقًا لأنظمة المملكة العربية السعودية هما: الأول المؤسسة الفردية، والثاني الشركة.

أولًا: المؤسسة الفردية

هي المنشأة التي يملكها شخص واحد، ويكون لصاحبها الهيمنة الكاملة على كامل المنشأة. وهو المسؤول الأول عن الإدارة وعن نتائجها.

أ. نقاط القوة في المؤسسة الفردية كشكل قانوني:

- إجراءات ترخيص سهلة نسبيًّا.
- حرية اختيار الحجم المناسب والتمويل اللازم للمشروع.
- حرية واستقلال أكبر في اتخاذ القرارات في إدارة المشروع وتشغيله.
- الانفراد بكل الأرباح التي يحققها المشروع.
- نجاح المشروع يكون له تأثير واسع النطاق في المالك وفي أفراد أسرته.

ب. نقاط الضعف في المؤسسة الفردية كشكل قانوني:

- تقع عليك مسؤوليات كثيرة، فأنت تقوم بمهام كثيرة بجانب الإدارة في أعمال الشراء والبيع والحسابات وغيرها.
- سوف تتحمل عددًا ودرجة أكبر من الأخطار بمفردك.
- تواجه صعوبة في زيادة رأس المال، ويبقى المشروع ضمن قدراتك المحدودة.
- توقع أن يكون للمشروع تأثير واسع النطاق فيك وفي أفراد أسرتك في حال تعثره.

ثانيًا: الشركة

وهي المنشأة التي يملكها أكثر من شخص. يسهم كل منهم بتقديم حصة من مال أو عمل، وذلك لاقتسام ما قد ينشأ عن المشروع من ربح أو خسارة. والشركة شخص معنوي له وجود قانوني مستقل عن شخصيات الشركاء.



أ. نقاط القوة في الشركة كشكل قانوني:

- تقسيم العمل والمسؤوليات بين الشركاء.
- وجود مجلس إدارة.
- ينقسم رأس المال إلى حصص.
- تتوزع الأخطار بين الشركاء.
- تتحدد مسؤولية كل شريك بقدر حصته في رأس المال في بعض أنواع الشركات.
- يمكنها جمع الأموال بشكل أسهل من المؤسسة الفردية.

ب. نقاط الضعف في الشركة كشكل قانوني:

- صعوبة التأسيس مقارنة بالمؤسسة الفردية.
- لا يتم التنازل عن الحصة أو بيعها من دون موافقة الشركاء.
- حرية أقل في اختيار القرارات.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

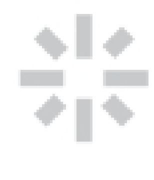


أولًا: أجب عن الأسئلة الآتية

1. ما هي الأشكال القانونية المختلفة للمشروعات؟:
2. اذكر المزايا والعيوب لكل شكل من الأشكال القانونية للمشروعات:
3. ما هي أهم ثلاثة مصادر للمعلومات لرائد الأعمال؟
4. ما هو حق الامتياز؟

ثانيًا: قم بإجراء مقابلة مع اثنين من المستثمرين أو المستثمرات من المنزل، وقارن بينهما من خلال الأسئلة الآتية:

1. ما هو نوع الاستثمار؟
2. لماذا تم اختياره؟
3. ما هي المزايا للمشروع؟
4. ما هي المعوقات للمشروع؟










الاستعداد لدخول السوق




أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل سيكون الطالب قادرًا على أن:

- يوضح السلوك الإسلامي للبائع.
- يطبق سلوك البائع المسلم في حياته.
- يشرح حقوق الزبون.
- يحافظ على البيئة والممتلكات العامة.

الوحدة الأولى: أخلاقيات رائد الأعمال

هل اشتريت مرة شيئًا، ووجدت فيه عيبًا لم يخبرك به البائع؟ هل سبق أن غشك أحد أصحاب المحال؟

نعم، كل ذلك يحدث، ولكنه مناف للتجارة الرابحة للتاجر المسلم، فعن عن حكيم ابن حزام رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عن النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قال: «البيِّعانِ بالخيار ما لم يتفرَّقا، فإن صدقا، وبيَّنا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا، وكتما محقت بركة بيعهما»[1].

وأنت بوصفك رائد أعمال تدخل مجال التجارة وأنت تنوي بها رضا الله؛ ابتغاء لطلب فضله وبركته في إنماء مالك وتجارتك. وهي سبب لتحويل العادات إلى عبادات، فأنت تبدأ بعمل مشروع إنتاجي صغير، وتبتغي به الخير لنفسك، وأن تتخذ التجارة وسيلة لصلة الأرحام وإيتاء ذي القربى، وتتمثل في ابتغاء الخير للآخرين بالمشاركة في توفير احتياجات المسلمين. ومن هنا، فعلى رائد الأعمال المسلم مراعاة عدد من السلوكات الإسلامية بالبيع والشراء منها:

أولًا: الكسب الحلال.

التاجر المسلم يحل الحلال، ويحرم الحرام، ويقف حيث أوقفه الله، ويبتعد عما نهاه عنه. فلا يخدعه كثرة الربح ليرتكب ما حرم الله عليه، فالتجارة فيما حرم الله والمنتجات أو الخدمات التي تضر الإنسان والمجتمع هي سحت نهى الله ورسوله عنها. وأن يحرص أن يكون رزقه طيبًا بعيدًا عن شبهات الحرام مثل الربا والقمار وتضليل الناس والغش والخداع. ومن نقاء المال أداء الزكاة دون تأخير، ودفع أجر من يعمل معه وأداء الدين بلا مماطلة.

(1) أخرجه البخاري (رقم2079) ومسلم (رقم1532).

ثانيًا: أداء العمل بدقة وإخلاص.

يحرص التاجر المسلم على أن يؤدي عمله بإخلاص، ويبذل قصارى جهده لأدائه بإتقان. وقد بين الرسول صَلَّى ٱللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ذلك بقوله في الحديث: «إن الله يحب من العبد إذا عمل عملًا أن يتقنه»[2]. فعندما يبيع سلعة أو يقدم خدمة للآخرين، فيحرص كل الحرص على أن يكون الأداء مستوفيًا لجميع الشروط الفنية ومقاييس السلامة. ومن ذلك يحرص أن يقدم منتجات ذات جودة عالية، وليست رديئة وسريعة العطب.

ثالثًا: الأمانة.

يجب على التاجر أن يكون أمينًا في معاملته، وأن يكسب ثقة العملاء والجمهور بقوله وفعله، ويتجنب الحلف في البيع ولو كان صادقًا. ويتجنب المبالغة في مدح السلعة بغير حق. ويذكر محاسن المنتج كما يذكر قصوره بأمانة. ولا يخفي المعلومة عن العميل، أو يستغل جهله بالمنتجات والخدمات. وعليه اتباع الطريق القويم في معاملة الآخرين والنصح لهم، ويحب لهم ما يحب لنفسه.

رابعًا: أن يكون حسن الخلق.

إن من أهم الصفات التي ينبغي أن يتصف بها رائد الأعمال والتاجر المسلم بوجه خاص هي حسن الخلق. فبالخلق الحسن والمعاملة الحسنة يستطيع التاجر أن يكسب الزبائن كما يكسب العاملين لديه. فلا تصدر منه الكلمات النابية والألقاب المنقصة للآخرين. يكتسي محياه بالابتسامة والاستقبال البشوش، والحوار المحترم، والاستعداد لخدمة العميل.

---

(2) أخرجه أبويعلى في المسند (رقم4386) والبيهقي في الشعب (رقم4929) وحسنه الألباني في صحيح الجامع (رقم1880).

خامسًا: الالتزام باللوائح والقوانين.

من المهم أن يقوم التاجر الصغير بالالتزام بالأنظمة التي تضعها الدولة تحقيقًا لمصالح الجميع وحفظًا لحقوق الناس ومراعاة للمجتمع واهتمامًا بالبيئة والممتلكات العامة. ويسعى في ممارساته بعدم الإضرار بالناس أو بالمنافسين امتثالًا لقول رسول الله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «لا ضرر ولا ضرار»[3].

نشاط 7-1

ابحث في الإنترنت عن خبر صحفي يشير إلى مخالفة نظامية ارتكبها بعض المستثمرين أو إحدى منشآت القطاع الخاص، وناقش مع زملائك ما هي المخالفة وأي نظام مرتبط بها.

نشاط 7-2

قم مع مجموعة من زملائك بتمثيل دور رائد الأعمال الذي يراعي السلوكات الإسلامية بالبيع والشراء. وفي المقابل رائد أعمال لا يلتزم بالسلوك الإسلامي للبيع والشراء.

(3) - أخرجه أحمد في المسند (رقم2865) وصححه الألباني في السلسلة الصحيحة (رقم250).

الوحدة الثانية: إحداث التوازن بين المشروع والدراسة

إذا أردت أن تبدأ مشروعًا في أثناء الدراسة، فهناك عدد من الطرق التي تعينك على إحداث التوازن بين مشروعك ودراستك وهي كالآتي:

1. كن واقعيًا:

ضع أهدافًا واقعية لمشروعك بحيث يمكنك تحقيقها. وذلك سيجعلك أكثر التزامًا بها وحماسًا لتحقيقها.

2. التخطيط الجيد:

إن التخطيط الجيد يساعدك على الوصول إلى هدفك بنجاح، فاحرص على تخطيط أعمالك مبكرًا في بداية كل أسبوع لبعض الأعمال وفي بداية كل شهر لبعضها الآخر بحيث إنها جميعًا تشكل خطة المشروع الكاملة مقسمة إلى مراحل زمنية.

وفي الوقت نفسه اجعل مشروعك يمثل لك فسحة عظيمة من الوقت عندما تتعب من الاستذكار، وارجع إلى واجباتك عندما تزداد عليك ضغوط مشروعك. فالتحول بين العمل والدراسة سيجعلك تحقق توافقًا كافيًا بينهما، مع الإلمام أولًا بأول بكل ما يحدث في أي منهما.



3. إدارة الوقت:

إن تعلم مهارة إدارة الوقت من الأمور المهمة للجمع بين العمل والدراسة. ومن ذلك فيجب عليك تحديد أوقات للدراسة وأوقات للعمل وبذلك لا تتراكم الأعمال غير

المنجزة. وفي العادة فإن المشروع والدراسة قد يتضمنان أعمالًا تستنفد كثيرًا من الوقت، وأعمالًا لا يتطلب تنفيذها وقتًا كثيرًا. لذلك قم بالتخلص أو بتأجيل الأعمال التي تستنفد كثيرًا من الوقت. وركز على الأعمال المهمة والعاجلة التي لا يمكن التغاضي عنها في أي المجالين وتلك التي لا تحتاج إلى وقت كثير لإتمامها.

4. تحقيق الاستفادة المزدوجة من العملين:

ابحث عن الفرص لاستغلال أي أعمال خاصة لكي تحقق بها فائدة لمشروعك. فمثلًا: إذا طلب منك أحد مدرسيك عمل بحث أو كتابة مقالة عن الصناعة، اختر الصناعة التي يعمل بها مشروعك. أيضًا من الممكن أن تستخدم مشروعك بوصفه مثالاً عمليًّا في المقررات الدراسية ذات العلاقة بإدارة الأعمال.

5. خصص لنفسك وقتًا للراحة:



احرص على أن تحدد وقتًا لممارسة الرياضة، ووقتًا لتناول الطعام مع أسرتك، ووقتًا للعبادة. وإذا اكتشفت أنك تضحي بتلك الأوقات لمشروعك أو دراستك، فيجب عليك إعادة التفكير في جدول عملك اليومي بحيث يتضمن الراحة التي تغذي الجانب الجسدي والاجتماعي والروحي.

6. التفويض:



ستمر عليك أوقات لن يمكنك فيها القيام شخصيًّا بكل ما حددته على الرغم من تخطيطك وعملك الشاق. فالجأ إلى التفويض، وامنح نفسك فسحة بعدم أداء بعض الأعمال. واستعن بمن حولك بالقيام ببعض الأعمال المساندة.

نشاط 7-3

مصفوفة الأولويات:

مصفوفة الأولويات هي مصفوفة وضعها ستيفن كوفي تساعد على تحديد الأولويات عبر تقسيم الأنشطة إلى أربعة مربعات هي مهم، غير مهم، عاجل، غير عاجل.

المربع الأول: مهم وعاجل. وهي أمور مهمة من الناحية العملية ومستعجلة من الناحية الزمنية مثل الاختبار غدًا.

المربع الثاني: مهم وغير عاجل. وهي أمور مهمة من الناحية العملية وغير مستعجلة من الناحية الزمنية مثل التخطيط لرحلة العمرة.

المربع الثالث: غير مهم وعاجل. وهي أمور غير مهمة من الناحية العملية، ولكنها مستعجلة من الناحية الزمنية مثل تعبئة الوقود للسيارة.

المربع الرابع: غير مهم وغير عاجل. وهي أمور غير مهمة من الناحية العملية وغير مستعجلة من الناحية الزمنية مثل الدردشة في الإنترنت أو تطبيقات المحادثة في الجوال.

	عاجل	غير عاجل
مهم	1	2
غير مهم	3	4

الوحدة الثالثة: التعامل مع الزبون

يقول رجال التسويق: إن «الزبون ملك» فهو مصدر الربحية الحقيقية للأعمال، وهو طريق الضمان لاستمرار المشروع، وبإهماله يزولُ المسوغُ لقيام أي مؤسسة. فلا يمكن أن تدير المنشأة عملياتها عندما يتخلى عنها الزبون، هذا يعني أن رضا الزبون هو محور اهتمام صاحب المشروع. ومن المهم أن يراعي التاجر الصغير هذه التوجيهات في تعامله مع الزبون وهي حقوق معتمدة عالميًّا منها:

1. إتاحة الفرصة للزبون لاختيار السلعة التي يريد. ومن ثم تعدد الأنواع والأصناف والخدمات المتنوعة دون احتكار سلعة أو خدمة معينة يجبر الزبون على شرائها. ويُمكن الزبون من المفاضلة بين المنتجات على أسس صحيحة، ويجعله يستطيع اقتناء المنتج الذي يريد بحرية.
2. بيان مواصفات السلعة بشكل واضح وصحيح للزبون. فيجد الزبون بيانات المنتج بشكل كامل وواضح تسهل قراءته. مثل السعر والمواصفات وتاريخ الإنتاج واسم الجهة المنتجة. ومن حق الزبون أن يحصل على الفاتورة عند الشراء أو الحصول على خدمة. ويكون دور البائع كالموجه أو المساعد أو المثقف للزبون بتزويده بالمعلومات الصادقة.
3. السماح للزبون بأن يستبدل بالسلعة أخرى جديدة أو إعادتها للتاجر مع استرجاع ثمنها إذا كان بها عيب. فعبارة «البضاعة لا ترد ولا تستبدل» لا تحفظ حقوق المستهلك. ومن المفترض أن يضع التاجر بوضوح سياسة الاستبدال.
4. أن يبيع سلعة أو يقدم خدمة يمكن أن يستخدمها الزبون بأمان، ولا تعرضه للمخاطرة، أو تسبب له الضرر. ومن ثم يتأكد التاجر أن السلعة آمنة ليست معيبة، أو أن الخدمة مستوفية لشروط الصحة والنظافة والأمان.

5. أن يتيح للزبون الاعتراض والشكوى والاقتراح، وأن يرحب بذلك، ويأخذ شكوى الزبون بجدية، ويرفع الظلم عنه، ويقبل اعتراضه، ويضع وسيلة واضحة ميسرة للاتصال المستمر بين الزبون والمنشأة، ويخبر الزبون بنتائج اعتراضه أو شكواه أو اقتراحه.

الحفاظ على البيئة والممتلكات العامة.

للمحافظة على سلامة البيئة يجب علينا جميعًا الحد من الممارسات التي تضر البيئة، وتشوه جمال الطبيعة. ويتمثل دور التاجر الصغير في المحافظة على سلامة البيئة بعدد من الالتزامات منها:

1. عدم تلويث البيئة والحرص على نظافة المكان الذي يرتزق منه سواء كان مصنعًا أو مكانًا لتقديم خدمة معينة للزبون؛ لأن النظافة أساس كل تقدم ورقي، وعنوان الحضارة، ومظهر من مظاهر الإيمان. وإن النظافة العامة تجعل الزبون يثق في صحة مبيعاتك وسلامتها.
2. يحرص التاجر الصغير على التخلص من النفايات بطريقة صحيحة، والالتزام بتوضيح أماكن وضع النفايات، بل وتخصيص حاويات مغطاة وإخراجها في المكان المخصص لها في مواعيدها. وذلك حفاظًا على سلامة الناس، ووقاية من انتشار الحشرات الضارة والأوبئة والأمراض.
3. الحرص في التعامل مع المياه، وعدم الإسراف في استخدامها، وعدم الإسراف في الكهرباء والحرص على توفير الطاقة بقدر الاستطاعة.
4. نشر الوعي البيئي بين الزبائن والمتعاملين معك بوضع عبارات توجيهية داخل محلك، مثل كتابة (ممنوع رمي النفايات، ممنوع التدخين، الرجاء الالتزام بنظافة المكان، اترك المكان نظيفًا)، وغيرها من العبارات التي تسهم في تذكير الزبون بضرورة الاهتمام بالصحة العامة.

نشاط 4-7

قم مع مجموعة من زملائك بتمثيل دور رائد الأعمال الذي يتعامل مع الزبون، وبيّن كيف يمكن أن يراعي حقوق الزبون.

إضاءة

تطبيق بلاغ

تطبيق طرحته وزارة التجارة والصناعة بحيث يمكنك من خلال هذا التطبيق تقديم بلاغ عن مخالفة تجارية من جهازك الآيفون مع إمكانية إرفاق صور المخالفة وتحديد الموقع بشكل مباشر وكذلك الاطلاع على بلاغاتك.

كذلك يتيح لك التطبيق استعراض إعلانات الاستدعاءات والحملات التي تطلقها الوزارة والأخبار الخاصة بالمستهلك.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

1. اختر أحد الأنظمة والقوانين التي تنظم الجانب الأخلاقي في العمل، وبيّن كيف يمكن مراعاتها في البيع والشراء.
2. هل مررت بتجربة سلبية كانت بسبب معاملة أحد التجار معك؟ ما هي هذه التجربة؟
3. هل أنت تجيد فن التعامل مع الزبون؟ تحدث عن كيف تتعامل مع الزبون لو كنت بائعًا؟
4. من أهم الأساليب التي يستخدمها التجار لكسب الزبون (الزبون على حق ولو كان مخطئًا) هل شاهدت تطبيق ذلك عمليًّا، وهل تستطيع أن تجعل أسلوبك وطريقتك مع الزبون على مبدأ (أنت على حق ولو كنت مخطئًا)؟.

5. ما هو دور المنشآت التجارية في الحفاظ على البيئة، واذكر أمثلة واقعية على ذلك؟

6. تمرين حسابي: قارنت جمانة سياسة الاسترجاع فى اثنين من المتاجر الكبيرة وهما متجر (أ) ومتجر (ب). الجدول يظهر المدة التي يقبل كل متجر الاسترجاع خلالها لعدد من السلع.

نوع السلعة	متجر (أ)	متجر (ب)
- تلفازات	أربعة أسابيع	عشرون يومًا
- غسالات	ستة أسابيع	ثلاثون يومًا
- الملابس	ستة أسابيع	خمسون يومًا

ما عدد الأيام التي يسمح بها متجر (أ) لإرجاع كل نوع من السلع؟

الإجابة:

- عدد أيام إرجاع التلفازات =
- عدد أيام إرجاع الغسالات =
- عدد أيام إرجاع الملابس =

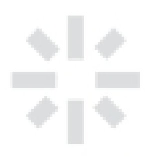
في أي نوع من السلع تكون مدة الاسترجاع لدى متجر (ب) أطول من متجر (أ)؟

7. استخدم مصفوفة الأولويات لتحديد أولويات الأعمال في مشروعك الخاص. قم بهذا العمل مع مجموعة من زملائك.









الفصل الثامن

انطلاق المشروع





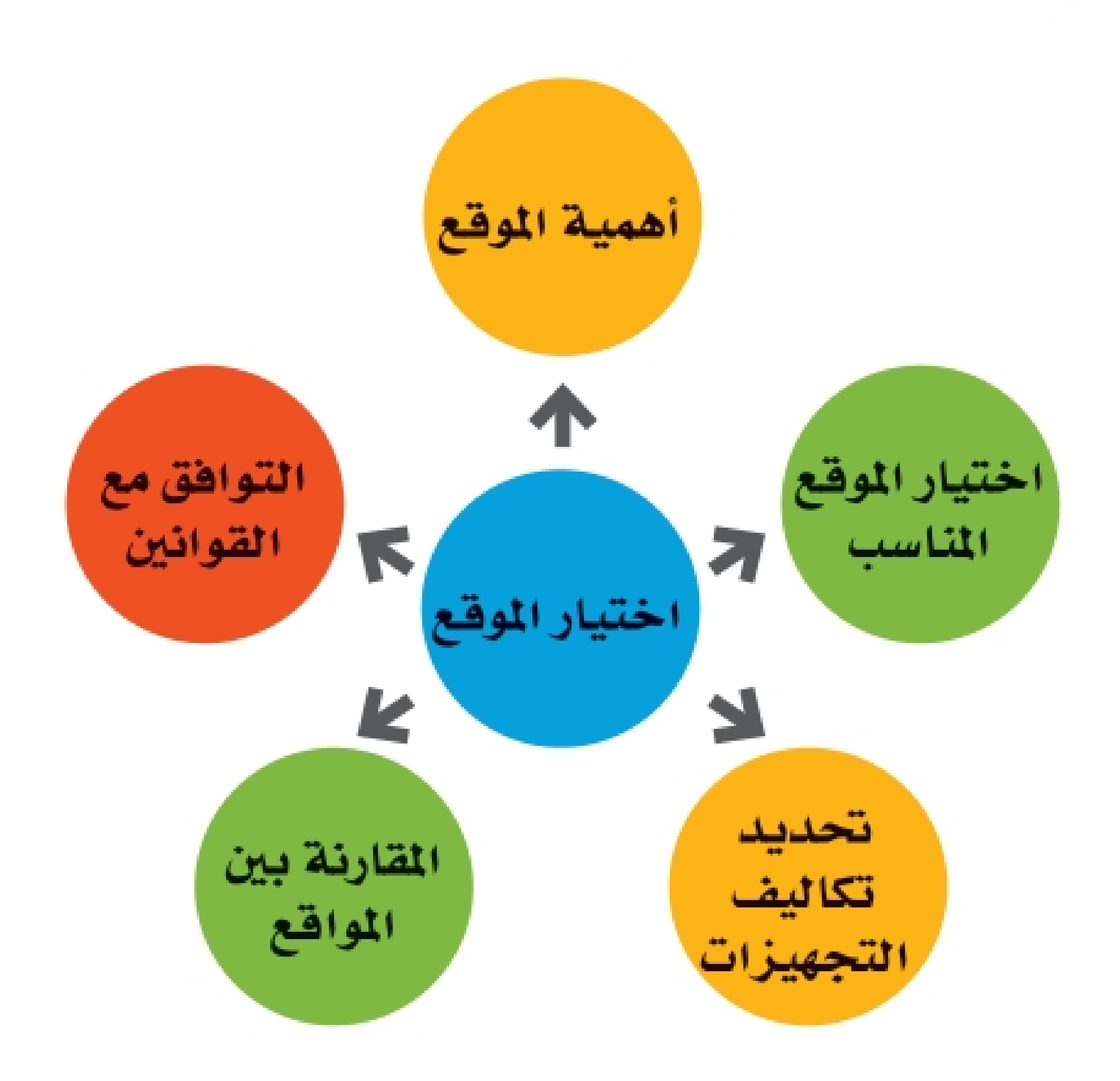
أهداف الفصل:

بعد دراسة هذا الفصل ستكون قادرًا على أن:

- توضح متطلبات إنشاء المشروعات الصغيرة.
- تعرف إجراءات ترخيص مشروع تجاري.
- تضع أهدافًا تنفيذية وزمنية محددة.
- تضع خطة زمنية مجدولة لمراحل المشروع.
- الاتصال والتواصل مع الجهات الراعية لرواد الأعمال.

الوحدة الأولى: اختيار الموقع

هناك خطوات عدة مهمة لكيفية اختيار الموقع المناسب للمشروع، فأحيانًا يكون الموقع للمشروع أهم عناصر نجاحه واستمراره، لذا فإن اختيار الموقع المناسب أمر حاسم جدًّا يحتاج إلى خطوات عدة تظهر في الشكل الآتي، وهي كما يأتي:



أولًا: تحديد أهمية الموقع للمشروع.

إن المهمة الأولى عند اختيار موقع المشروع هي التعرف إلى أهمية الموقع لمشروعك، فهناك مشروعات يكون للموقع أهمية كبرى لنجاحها. بينما هناك مشروعات أخرى لا يمثل الموقع لها أهمية كبيرة. ومن أمثلة النوع الثاني من المشروعات:



- مشروعات الخدمات التي تمارس عملها في مكان وجود العميل مثل: تصوير الحفلات والأفراح. تنسيق الحدائق ونباتات الزينة.

- المشروعات المعتمدة على استخدام الإنترنت والكمبيوتر.
- مشروعات تجارة الجملة.

وإذا كان مشروعك يقع تحت تلك الأنواع فإنك تتمتع بميزة كبيرة، وهي توفير ما كنت ستدفعه من أموال لإيجار موقع، واستغلالها في الإنفاق على تنمية مشروعك وتوسعته. أما إذا كان الموقع مهمًّا لمشروعك ولنجاحه، فأنت مطالب عندئذ بالبحث عن الموقع الجيد والملائم لمشروعك الذي يمكن لعملائك أن يجدوك بسهولة.



ثانيًا: اختيار الموقع المناسب لمشروعك.

إن أهم عامل في اختيار الموقع المربح لمشروعك هو أن تحدد العوامل التي ستزيد من عدد عملائك وتجتذبهم إليك، ثم بعد ذلك تركز جهودك على اختيار الموقع الذي يتوافر فيه -على قدر الإمكان- أكبر عدد من تلك العوامل:



1. نوع المشروع وطبيعة الأنشطة التي ستمارسها:

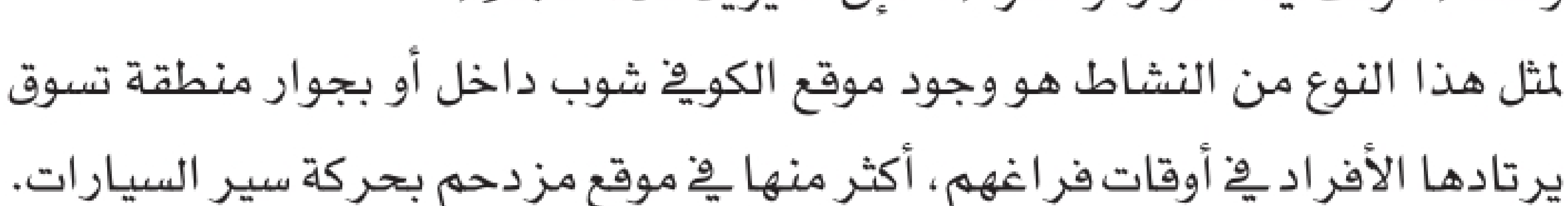
تعتمد أهمية الموقع وأيضًا طرق جذب العملاء على نوع المشروع، وعلى طبيعة الأنشطة التي ستمارسها. وتختلف طرق جذب العملاء للموقع باختلاف نوع المشروعات. وأحد الاختلافات المهمة هو مدى أهمية حركة سير العملاء على الأقدام، وحركة سير السيارات. فمثلًا يُعدّ الموقع الأفضل لمتجر لبيع قطع غيار السيارات في شارع مزدحم بحركة السيارات حيث يمكن لسائقي السيارات رؤيته بسهولة والتوقف أمامه لشراء ما يحتاجون إليه.



بينما بالنسبة إلى كوفي شوب أو مطعم لبيع سندويتشات الشاورما فإن الموقع المفضل له حيث تزدحم حركة سير الأفراد على الأقدام وتجولهم حوله.

2. طبيعة الأنشطة التي سيمارسها المشروع:

فلو كان مشروعك هو إنشاء كوفي شوب لبيع المشروبات الساخنة فمن الطبيعي أن ما يزيد عدد العملاء هو وجود حركة سير كبيرة للجمهور في أثناء ساعات عمل المشروع. ولكن ما هي طبيعة الأنشطة التي سيمارسها الكوفي شوب؟ فإذا كنت تخطط لتوفير مكان لطيف وممتع للأفراد للجلوس وقضاء الوقت في الحوار أو القراءة، فإن ما يزيد عدد العملاء



لمثل هذا النوع من النشاط هو وجود موقع الكوفي شوب داخل أو بجوار منطقة تسوق يرتادها الأفراد في أوقات فراغهم، أكثر منها في موقع مزدحم بحركة سير السيارات.



بينما إذا كنت تخطط لأن يكون نشاط الكوفي شوب هو مجرد تقديم خدمات سريعة من المشروبات من دون قضاء الوقت أو الجلوس، فإن الموقع الأفضل في تلك الحالة هو وسط البلد، أو حتى في طريق مزدحم بحركة السيارات. حيث يقف الأفراد لشراء ما يحتاجون إليه من مشروبات ساخنة عند مرورهم أمامه يوميًا.

3. أهمية وجود المشروع بجوار مشروعات مشابهة:

وذلك على أساس أن المشروعات المشابهة لمشروعك تجذب إليها نوع العملاء الذين ترغب أنت أيضًا في اجتذابهم لمشروعك.

فمثلًا لو كان متجرك لبيع جواهر النساء أو الملابس، فأنت من دون شك ستحقق أرباحًا من وجود موقعك بالقرب من المتاجر التي تبيع ملابس النساء والأطفال؛

بسبب أن كثيرًا من النساء اللائي يتسوقن لشراء ملابسهن يقضين الساعات في التجول بين المتاجر التي تبيع تلك المنتجات، والمنتجات المشابهة المجاورة لها.

4. ملاءمة الموقع لميزانيتك المالية:

أحد العوامل المهمة في اختيار الموقع هو مقدار الأموال التي يمكنك توفيرها في سبيل الحصول على الموقع، والتي تتضمن الإيجار، وتكاليف التجهيزات للموقع.

أولاً: الإيجار:

من المؤكد أن جزءًا من خطة الأعمال لمشروعك تحدد مقدار الإيجار الذى يمكنك أن تدفعه، وتلتزم به كل شهر. ويمكنك التعرف إلى قيمة الإيجارات في أي موقع عن طريق اتصالك بسمسار أو وكيل للعقارات في المنطقة التي تفكر أن يكون الموقع فيها وإجراء حوار معه عن المواقع المتاحة للتأجير، ومساحاتها، والإيجارات لها.



وعادة ما يخبرك السماسرة بقيمة تأجير أي موقع بناء على متوسط الأسعار لكل متر مربع وذلك شهريًّا أو سنويًّا. وبناء على الإيجارات المختلفة تقوم بعد ذلك بالمقارنة بين المواقع المتاحة أمامك واختيار أفضلها.



سلبيات الإيجارات الرخيصة.

احرص على أن تكون واقعيًّا عند اختيارك لموقع المشروع، ومقارنتك للمواقع المعروضة عليك. فاختيار موقع بناءً على انخفاض قيمة إيجاره قد يترتب عليه ضرر لمشروعك قد يؤدي به إلى الفشل.

فبعض رواد الأعمال -وعلى الرغم من إدراكهم لأهمية الموقع لمشروعاتهم قد يختارون مواقع إيجاراتها منخفضة- كنتيجة لبعدها عن العمران أو وجودها في مناطق نائية بناءً



على اعتقادهم أن ما سيوفرونه من قيمة الإيجار سيعوضهم عن انخفاض الإيرادات والمبيعات في المرحلة الأولى من بدايات المشروع.

أو بناءً على اعتقادهم أنهم بهذا يمثلون الرواد الأوائل في هذه المواقع البعيدة، وأن المنطقة سوف تزدهر قريبًا بحلول العام المقبل، إلا أن ذلك قد لا يكون قرارًا سليمًا، فبالتأكيد المنطقة لن تزدهر بسرعة كافية لتدعم مشروعك، وخاصة في أوقات البداية.

ثالثًا: تحديد تكاليف التجهيزات للموقع.

عند اختيارك للموقع لا بد أن تحدد عما إذا كانت التجهيزات الموجودة حاليًا فيه ملائمة لمشروعك؟ أم أنك ستحتاج إلى إجراء بعض التعديلات عليها؟ ومن التجهيزات المهمة لموقع أي مشروع:



1. المستلزمات الضرورية لطبيعة المشروع. فمثلًا لو كان مشروعك هو متجر لبيع سندويتشات البرجر فلا بد أن يتوافر فيه أقل متطلبات المطبخ.
2. وجود خطوط تليفون حديثة وبرود باند للدخول للإنترنت.
3. إذا كان مشروعك مطعمًا لتناول الأطعمة المختلفة فلا بد من توفير الطاولات والمقاعد المطلوبة.
4. الطاقة الكهربائية التي يجب أن تكون كافية لاحتياجاتك.
5. مكيفات الهواء.
6. أماكن لانتظار السيارات، فلو كان مشروعك هو تقديم المشروبات الساخنة والمأكولات السريعة على الطريق، لا بد أن تتأكد من وجود مكان آمن لانتظار سيارات العملاء لحين إعداد طلباتهم.



إرشادات اختيار الموقع:

1. تعرف إلى متطلبات الأمن والسلامة والصحة لمشروعك.
2. إذا كان مشروعك عمل سندويتشات سريعة فلا بد من تأجير مكان تتوافر فيه فتحات صرف صحي، وأساليب مقاومة الحريق، وحوائط بمواد عازلة.
3. إذا كانت ممارستك لأنشطة مشروعك ستؤدي إلى نفايات كثيرة، فإنك ستحتاج إلى معدات التخلص من النفايات، أو حاويات كافية لحفظ القمامة.

رابعًا: المقارنة بين المواقع المتاحة.

يجب على رائد الأعمال أن يقوم بالمقارنة بين المواقع المتاحة أمامه بناء على العوامل السابقة ومدى توافرها في كل موقع، وذلك باستخدام الجدول الآتي واتباع الخطوات الآتية:

نفترض للتبسيط أن المتاح أمام أحد رواد الأعمال الصغار هما موقعان أ، ب، وأن العوامل المهمة بناءً على نوع المشروع وطبيعة النشاط الذي سيمارسه هي كما جاءت في العمود الأول من الجدول أدناه.

ويكون مطلوبًا من رائد الأعمال أن يضع أمام كل عامل من تلك العوامل تقييمه لمدى توافره في أي الموقعين بناءً على درجات من 1 إلى 5. حيث تشير:



1. الدرجة 5 إلى أن العامل متوافر بدرجة كبيرة.
2. الدرجة 4 العامل متوافر بدرجة متوسطة.
3. الدرجة 3 العامل متوافر.
4. الدرجة 2 العامل غير متوافر.
5. الدرجة 1 العامل غير متوافر على الإطلاق.





ثم يقوم بجمع القيم لكل موقع، واختيار أفضل الموقعين بناءً على من يحصل على أكبر عدد من درجات التقييمات.

العوامل المهمة	درجات التقييمات 5 4 3 2 1	الموقع (أ) الموقع (ب)
- وجوده بجوار مشروعات مشابهة. - ملاءمة الإيجار للميزانية. - ملاءمة التجهيزات. - توافر خطوط تليفون وإنترنت. - توافر طاقة كهربائية. - توافر مكيفات الهواء. - توافر أماكن انتظار السيارات.		
المجموع		

خامسًا: التعرف إلى القوانين في الأماكن المعينة والتوافق معها.

هناك بعض القوانين التي تمنع إقامة أنشطة معينة في مناطق معينة. ولكن كيف تتعرف إلى ما إذا كان الموقع الذي اخترته يكون مسموحًا فيه إقامة مشروعك؟ وما إذا كنت تحتاج للحصول على أي موافقة؟

الإجابة عن هذه الاسئلة تتنوع من منطقة إلى أخرى، ففي بعض المناطق تكون موافقة الأنظمة المحلية (البلديات وغيرها) جزءًا ضروريًا من إجراءات التسجيل. لذا يجب على رائد الأعمال أن يستفسر أولًا عن مدى توافق مشروعه مع القوانين المناسبة للعمل حتى لا يتعرض مشروعه للإقفال أو الغرامة الكبيرة.

نصائح صغيرة لتأجير محل:

1. تأكد من فهمك لبنود الإيجار وأسلوب تجديده عند انتهاء المدة المحددة.

2. تعرف بشكل دقيق إلى الوقت المحدد لانتقالك إلى المكان وبدء ممارسة عملك.
3. كن متأكداً من ذكر الآتي في عقد الإيجار:
   - متى سيستحق الإيجار؟
   - كيف سيتم دفعه؟
   - النسبة الواجب دفعها (في حالة عدم دفع الإيجار كله مرة واحدة).
   - هل هناك تكاليف صيانة أو ضرائب سيطلب منك دفعها؟
   - هل لديك الحق في تأجير من الباطن لجزء من مساحة المتجر؟
4. ما الحالة التي سيكون عليها المتجر عند انتقالك إليه؟
5. ما الحالة التي يجب أن يكون عليها المتجر عند تركك له؟
6. هل من حقك إجراء أي تحسينات بنفسك قد ترغبها خلال مدة تأجيرك للمتجر؟
7. ما هي الخدمات المقدمة مع الإيجار (إنترنت - كهرباء - ماء - صرف صحي)؟
8. هل يمكنك التخارج من الإيجار؟

قصة نجاح

المريضة التاجرة

واحدة من أكثر طالبات المدرسة الثانوية نجاحًا في أمريكا هي (كاثلين) Kathleen التي كانت تعاني مرضًا استلزم إقامتها لأوقات طويلة في المستشفى حتى إنها قضت 90% من سنوات عمرها في المستشفى. ولكن ذلك لم يمنعها من إنشاء وإدارة مشروع ناجح من فراشها.

(كاثلين) صنعت جواهر بسيطة حتى إن تكاليف البضاعة لتلك الجواهر وصلت إلى 1,50 دولار للواحدة. وكانت تبيعها بسعر 5 أو 6 دولارات للواحدة. وعملاء (كاثلين) كانوا من الأطباء، والممرضات، والإداريين في المستشفى، وأيضًا المرضى وأهاليهم، والأطفال المترددين على المستشفى.

وبعد فترة أعجب الآباء والأهالي الذين كانوا يزورون أطفالهم في المستشفى بجواهر كاثلين، وكانوا يشترونها كهدايا. وقد وصلت مبيعات كاثلين إلى نحو 300 دولار أسبوعيًا، وأمكنها بذلك المشروع البسيط التغلب على اليأس الذي كانت تعانيه بسبب مرضها.



الوحدة الثانية: إجراءات تأسيس المشروع

إن إجـراءات إنشاء المشروع الصغير تتطلب تراخيص رسمية مختلفة بحسب النشاط الـذي تقوم بـه. وتتنوع الجهات التي يجب أن تراجعها كي تحصل على التراخيص اللازمة لمزاولة النشاط. وتختلف الإجراءات من دولة إلى أخرى، وسوف نستعرض ما يتعلق في بيئة الأعمال في السعودية. وبالعموم فإن المشروعات الصغيرة تحتاج إلى أن يكون لديها ما يأتي:

السجل التجاري

وهو وسيلة لجمع المعلومات عن التجّار والشركات وعن العناصر المختلفة التي يتألف منها نشاطهم.

يتضمن السجل التجاري معلومات عن اسم التاجر ومعلوماته الشخصية، والاسم التجاري للنشاط وعنوانه، ونوع النشاط ورأس المال، واسم مدير المشروع ومعلوماته. ويتم استخراج السجل التجاري من وزارة التجارة بعد استيفاء شروط عدة منها أن يكون المتقدم قد أكمل سن الثامنة عشرة. وأن يشترك في الغرفة التجارية الصناعية. وقد خصصت وزارة التجارة موقعًا إلكترونيًّا لاستخراج السجل التجاري الإلكتروني. ويمكن زيارة الموقع على رابط الوزارة الآتي: http://www.mci.gov.sa

الاشتراك في الغرفة التجارية.

يوفر الاشتراك في الغرفة التجارية الصناعية عددًا من الخدمات مدفوعة الثمن منها:

1. خدمات تصديق المعاملات.
2. تقديم خدمة التصاريح.

3. تقديم خدمة اعتماد التواقيع.

4. خدمات مساندة أخرى.

ترخيص المحال التجارية.

لترخيص المحال التجارية، فإن رائد الأعمال يحتاج إلى التعامل مع أمانة المنطقة (البلدية). وربما بعض الجهات التي تضع اشتراطات أخرى قبل الحصول على الترخيص من أمانة المنطقة، ومن أمثلة تلك الأنشطة التي تحتاج إلى ترخيص لمزاولتها هي:

- أنشطة تحتاج إلى ترخيص من وزارة الصحة كالمنتجات الغذائية، والخدمات والمنتجات الصحية.
- أنشطة تحتاج إلى ترخيص من وزارة النقل والمواصلات كمكاتب تأجير السيارات، ومكاتب السفر والسياحة.
- أنشطة تحتاج إلى ترخيص من وزارة الزراعة كأكشاك بيع أسماك الزينة ومحال الزهور.
- أنشطة تحتاج إلى ترخيص من وزارة الثقافة والإعلام كالمكتبات، ومحال التصوير النسائية، والتسجيلات السمعية والبصرية، ومكاتب الدعاية والإعلان.

ترخيص المحال المؤقتة.

هناك عدد من الاختيارات التي تكون متاحة أمامك بوصفك تاجرًا صغيرًا عند التفكير في البيع في أماكن مؤقتة كتأجير مكان لعرض وبيع منتجات وخدمات مشروعك في أماكن مؤقتة أو محدودة مثل:

1. تأجير كشك فى أحد المجمعات التجارية الكبيرة أو مراكز التسوق التجارية (أو ما يعرف بالمولات).

يتم تقديم الطلب للمركز إلكترونيًا أو حضوريًا. وبعد أن يقوم المركز بالتأكد من صحة البيانات التي سجلتها فى الطلب، يتم التفاوض وتوقيع عقد الإيجار، ويمكنك حينها بدء مزاولة النشاط داخل المحل.

2. تأجير مكان فى البازارات. تختلف البازارات عن الأكشاك فى مراكز التسوق الكبرى بكونها معارض مؤقتة. ويتم الوصول إلى تلك البازارات من خلال ما يتم الإعلان عنه فى مواقع التواصل الاجتماعى، والصحف الورقية، والإلكترونية. ويتم التعاقد من خلال التواصل مع مقيمي هذه المعارض من خلال عناوينهم الإلكترونية ثم الاتفاق معهم على المساحة والمدة والسعر.

وتختلف البازارات عن الأكشاك فى مراكز التسوق الكبرى بكونها معارض مؤقتة، ولا يتطلب منك فى حالة تأجير مكان فى البازار التعامل المباشر مع الجهات الحكومية، حيث يتولى هذه المهمة الجهة المسؤولة عن البازار.

وتجدر الاشارة إلى النقلة النوعية التي أحدثتها المواقع الإلكترونية وتطبيقات الجوال وشبكات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وإنستقرام وغيرها، سهلت البيع والتواصل المباشر مع العميل والتواصل مع الجهات ذات الاختصاص للحصول على التراخيص اللازمة.

نشاط 8-1

اذهب مع زميل أو زميلين لك إلى إدارة أحد المراكز التجارية في المدينة (مول) وتواصل مع إدارة المركز وقم بالإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما هي شروط المركز للسماح لك بالبيع من خلال كشك في ممرات المركز؟
2. ما هي إجراءات فتح كشك في ممرات المركز (مول)؟
3. ما هي الأنشطة (نوع المنتجات) التي يسمح المركز ببيعها في الممرات؟
4. كم المساحة المسموح بها؟
5. كم تكلفة إيجار هذه المساحة بالشهر؟

الوحدة الثالثة: وضع خطة التنفيذ

خطة التنفيذ هي الوثيقة التي تحدد خطوات تنفيذ أهداف المشروع، وكيف سيتم هذا التنفيذ وذلك عن طريق تقسيم ما جاء بخطة الأعمال من أهداف رئيسة إلى خطوات صغيرة قابلة للتنفيذ ثم تحديد الأعمال المطلوبة لتنفيذ كل خطوة.

كيف تضع خطة التنفيذ؟

لوضع خطة تنفيذ جيدة اتبع هذه الخطوات التسعة الآتية:

1. تحديد الأهداف الرئيسة لمشروعك:

وضع أهداف محددة بدقة تمثل الخطوة الأولى الضرورية لتحقيق الهدف. وبكلمات أخرى حدد بوضوح ما الذى تريد أن تنجزه بحيث يكون واقعيًّا وأيضًا قابلًا للتنفيذ، مع صياغته بطريقة تسمح لك أن تقيس أداء الأنشطة المختلفة، ووضع تواريخ محددة للانتهاء منها.

ومثال للأهداف الرئيسة:

الهدف: زيادة المبيعات 5% من خلال الاتصال بـ 150 عميلًا خلال 3 شهور.

ضع أهدافًا أخرى ممكنًا قياسها:

1 . ...

2 . ...

3 . ...

2. إعداد قائمة بخطوات ومهام تنفيذ الأهداف:

بعد أن تكون قد حددت أهدافك الرئيسة، فإن الخطوة الثانية هي تقسيمها إلى أجزاء صغيرة أو مهام لازمة لإنجاز كل هدف، ويمكن أداؤها أسبوعيًّا أو يوميًّا. بحيث تمثل كل مهمة نشاطًا واحدًا محددًا، ويمكن قياس مدى تنفيذه.

مثال:

المهمة الأولى: الاتصالات التليفونية – رسائل البريد الإلكتروني.

المهمة الثانية: الترويج باستخدام الطرق التقليدية – الترويج باستخدام الإنترنت.

3. ترتيب المهام بحسب أولويات تنفيذها:

بناء على ما قد يكون لبعض خطوات التنفيذ من أهمية أكثر من غيرها، قم بترتيب المهام بناء على أهميتها ومن ثم أولويات تنفيذها. بكلمات أخرى تحديد المهام المطلوب تنفيذها أولًا، ثم التالية لها مع التشاور مع فريق العمل لديك لمراجعة أولويات المهام معك، وإجراء أي تعديلات يرونها.

4. تحديد من سيقومون بأداء المهام:

في حالة وجود فريق عمل يعمل معك، قم بتوزيع المهام عليهم، بحيث يكون لكل مهمة شخص مسؤول عنها، وتتم محاسبته على أدائه، مع مراعاة أن يتوافر لدى كل فرد المهارات اللازمة لأداء المهمة المخططة له.

5. عمل قائمة بالأعمال الواجب القيام بها:

وهي قائمة تحدد فيها الأعمال المطلوب القيام بها، والترتيب والتوقيت لكل عمل. وبهذا يكون من السهل عليك، وعلى العاملين معك تذكر وعدم نسيان أداء الأعمال المطلوبة منهم، ومتى ستؤدى، ومع من سيتم الأداء. وفيما يأتي نموذج مبسط لقائمة ما يجب القيام به.

ملحوظة: نضع في جزء التدريبات بعض الخطط البسيطة، ويطلب منهم تقسيمها إلى مهام، وعمل قائمة بالأعمال الواجب القيام بها.

نموذج لقائمة ما يجب القيام به:

الرقم	المهمة	المسؤول عن تنفيذها	المهام الفرعية	أولوية التنفيذ	وقت بدء التنفيذ والانتهاء	مستوى التنفيذ
1						
2						
3						
4						

6. تحديد الموارد والأموال المطلوبة:

وفي هذه المرحلة يتم تحديد التكلفة المطلوبة لتنفيذ كل مهمة، وتحدد أيضًا المهام التي تحتاج إلى أموال لتنفيذها، ووضع ميزانية للأموال المطلوبة لتلك المهام. وتساعدك هذه الخطوة على تعديل خطتك بإلغاء بعض المهام، أو تقليلها في حالة عدم توافر المال اللازم لها.

7. تنفيذ الخطة:

بمجرد الانتهاء من الخطوات السابقة تكون الخطة جاهزة لبدء تنفيذ ما جاء بها من مهام. فاحرص في أثناء التنفيذ على أن يتم الانتهاء من المهام وفقًا لتواريخ الانتهاء المحددة، مع إجراء مراجعة مستمرة لتلك التواريخ. فمثلًا لو تبين لك أن التاريخ المحدد لإحدى المهام من الصعب الالتزام به، قم بتعديل ذلك التاريخ، وأيضًا تواريخ بدء ونهاية باقي المهام التابعة أو المرتبطة بتلك المهمة.

8. متابعة التنفيذ:

في نهاية كل يوم قم باستعراض خطة التنفيذ، مع إعادة ترتيب المهام بناء على الأولويات عند الضرورة، وتحديد ما الذي سيتم عمله في اليوم التالي.

9. مراجعة النتائج:

أخيرًا قم بمراجعة خطة التنفيذ لترى مدى نجاحك في تنفيذك ما تضمنته من مهام وأهداف، وما إذا كانت ظهرت أي مشكلات في التنفيذ. فلو تبين مثلًا من مراجعة النتائج أن خطة التنفيذ فشلت في تحقيق أحد الأهداف، عندئذ قم بمراجعة أهدافك الأصلية التي وضعتها في الخطوة الأولى، والبدء بإعادة تحديدها، أو تعديلها، أو ربما إلغائها.

نموذج تقرير لمراجعة نتائج الخطة

اسم البرنامج	
المدة	
بداية البرنامج	
نهاية البرنامج	
الجهة المنفذة	
عدد المراحل	
المراحل التي تحققت	
نسبة المتحقق	
المراحل المتبقية	
الوقت المتبقي	

الأهداف الذكية



عند وضعك للأهداف تأكد أن يتوافر فيها ما يطلق عليه الأهداف الذكية. SMART objectives. أي أن تتصف الأهداف بما يلي:

- S: Specific أي محددة بدقة.
- M: Measurable أي قابلة للقياس.
- A: Achievable أي قابلة للتنفيذ.
- R: Realistic أي واقعية.
- T: Time bound أي محددة بوقت معين.

وبمعنى آخر حدد بوضوح ما الذي تريد أن تنجزه بحيث يكون واقعيًّا وأيضًا قابلًا للتنفيذ، مع صياغته بطريقة تسمح لك بأن تقيس أداء الأنشطة المختلفة، ثم ضع تواريخ محددة للانتهاء منها.

المصدر: الموسوعة الحرة ويكيبيديا.

نشاط 2-8

استخدم نموذج خطة التنفيذ الآتية لتحديد الخطوات والمهام الواجب القيام بها من أجل إنجاز الأهداف المحددة في خطة العمل. ويمكن أيضًا أن تستخدم هذا النموذج في وضع خطة التنفيذ لأحد أنشطة مشروعك:

نموذج لخطة التنفيذ

المهمة الأولى							
الهدف:							
خطوة التنفيذ: ما المطلوب أداؤه؟	الشخص المسؤول: من سيتولى تنفيذ المهمة؟	تاريخ البدء والمدة المحددة للانتهاء؟ متى يجب اكتمال هذه الخطوة؟	الموارد الضرورية: ما الذى يحتاج إليه إكمال هذه الخطوة؟	التحديات المحتملة: هل هناك أي تحديات محتملة تعرقل الإكمال؟ كيف يمكن التغلب عليها؟	حالة المهمة:		
					اكتملت	تحت التنفيذ	لم تنفذ

الوحدة الرابعة: جهات داعمة لرواد الأعمال

إن المشروعات الصغيرة التي يقوم بإنشائها رواد الأعمال تكتسب أهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتحظى بالاهتمام والعناية من قبل جهات متعددة في الدول.

وتعدد أشكال وصور الدعم المقدم لرواد الأعمال، فهناك من يقدم خدمات الاحتضان عبر حاضنات الأعمال والتقنية، وهناك من يقدم خدمات تسهيل إجراءات تأسيس المشروعات كالأنظمة والقوانين والتراخيص. وتقدم بعض الجهات الدعم المادي (مثل القروض الحسنة، ودعم رواتب العاملين، وتغطية تكاليف التدريب) وأخرى تقدم الدعم المهني (مثل البرامج التدريبية والتأهيلية، ودراسات الجدوى، وغيرها). وتتشابه هذه الجهات في أكثر من دولة عربية وعالمية. وفي هذا القسم نقدم معلومات مختصرة عن بعض الجهات الداعمة لرواد الأعمال في السعودية، ويمكن الحصول على التفاصيل وباقي الجهات من خلال الاطلاع على الإنترنت.

أولاً: وزارة التجارة www.commerce.gov.sa



تختص بجميع الشؤون التجارية مثل:



- إصدار السجلات التجارية.



- تقديم المعلومات التي تساعد صاحب المشروع فيما يخص الأمور التجارية.
- الحصول من خلالها على التصاريح الخاصة بمزاولة النشاط الصناعي.
- توفير المعلومات التي تخص الأنشطة الصناعية وتحديد الفرص المتاحة.

ثانيًا: الأمانات والبلديات الفرعية:



تنتمي هذه الأجهزة لوزارة الشؤون البلدية والقروية www.momra.gov.sa

وهي الجهات المعنية بتوافر الشروط اللازمة في التراخيص التي تمنح لمزاولة بعض الأنشطة مثل المحال التجارية والمحال الصغيرة كالحلاقة، والمشاغل، والمقاهي والمطاعم والتموينات والمسالخ وغيرها.

ثالثًا: هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة.



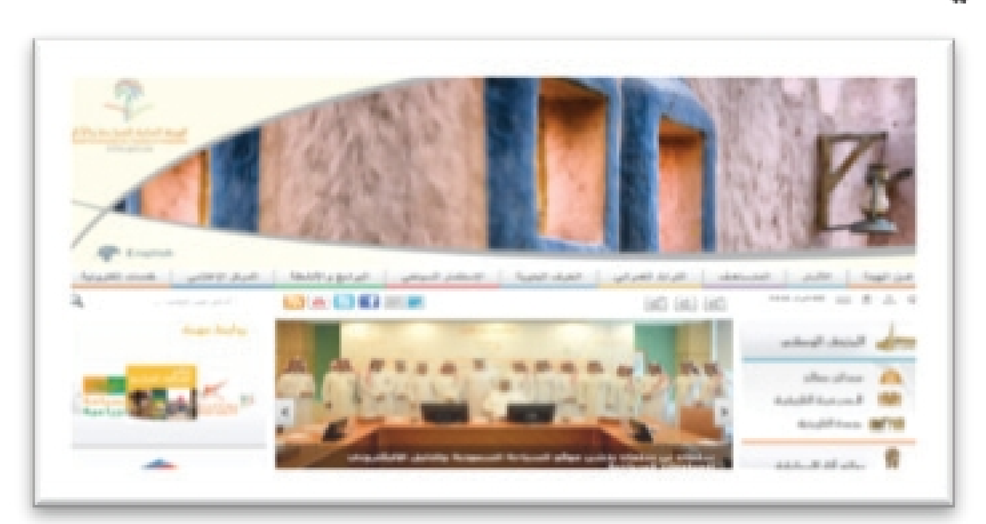
https://monshaat.gov.sa

تسعى هيئة المنشآت الصغيرة إلى مراجعة الأنظمة واللوائح وإزالة العوائق وتسهيل الحصول على التمويل ومساعدة الشباب والمبدعين على تسويق أفكارهم ومنتجاتهم، وتعمل في الوقت نفسه على إنشاء المزيد من حاضنات الأعمال ومؤسسات التدريب وصناديق رأس المال الجريء المتخصصة لمساعدة رواد الأعمال على تطوير مهاراتهم

وابتكاراتهم، إضافة إلى أنها تسعى لمساعدة المنشآت الوطنية الصغيرة على تصدير منتجاتها وخدماتها وتسويقها عن طريق دعم التسويق الإلكتروني والتنسيق مع الجهات الدولية ذات العلاقة.

الهيئة العامة للسياحة والآثار http://www.scta.gov.sa

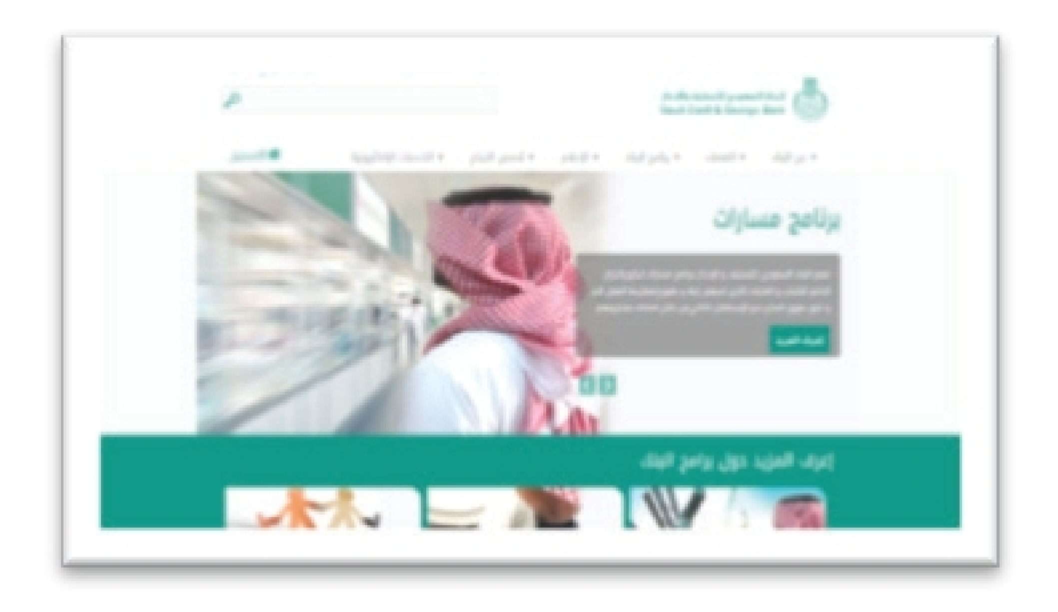
تمنح الهيئة التراخيص الخاصة بالآتي:



1. الإيواء السياحي.
2. منظمو الرحلات السياحية.
3. وكالات السفر السياحية.
4. الإرشاد السياحي.
5. المشاركة بالوقت.

رابعًا: بنك التنمية الاجتماعية www.sdf.gov.sa

من أهم مهام البنك تقديم قروض من دون فائدة للمنشآت الصغيرة والناشئة ولأصحاب الحرف والمهن من المواطنين تشجيعًا لهم على مزاولة الأعمال.



خامسًا: صندوق التنمية الصناعية: www.sidf.gov.sa



من البرامج التي تم استحداثها في صندوق التنمية الصناعية السعودي (برنامج كفالة لتمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة) وذلك لأن أهم المشكلات التي تواجهها المنشآت الصغيرة هو صعوبة الحصول على التمويل المناسب. ويقدم الصندوق دعمًا مباشرًا للمشروعات الصغيرة.

سادسًا: صندوق تنمية الموارد البشرية www.hrdf.org.sa



تم إنشاء الصندوق عام 1421هـ بغرض تسهيل توظيف المواطنين وتدريبهم وتشجيعهم على العمل في القطاع الخاص. ويوجد لديه برامج مخصصة لدعم المشروعات الصغيرة ورواد الأعمال.

سابعًا: الغرف التجارية الصناعية: www.chamber.org.sa

الغرف التجارية هي من أهم الجهات التي يمكن الرجوع إليها. حيث تقدم المعلومات لخدمة المؤسسات السعودية، وتعمل على إرشادهم إلى الجهات ذات العلاقة بتأسيس

المنشآت. وتوفر المعلومات عن الفرص الاستثمارية المتاحة، إضافة إلى دورها الملموس في تقديم الخدمات التدريبية المتنوعة.



ثامنًا: مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية:

www.kacst.edu.sa/ar/default___ar.aspx

أنشأت مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية برنامج بادر لحاضنات التقنية التي تسعى من خلالها لتفعيل المتاجرة التقنية في المملكة. والحاضنات توفر الحصول على الاستشارة التجارية والإدارية المتخصصة، وتقديم بيئة حيوية تشجع وتحفز على تطوير قطاعات الصناعات الجديدة.

تاسعًا: الجامعات السعودية.

يوجد في عدد من الجامعات السعودية حاضنات أعمال مخصصة لاحتضان المشروعات الصغيرة ودعم رواد الأعمال.

ويوجد في الجامعات مراكز ومعاهد لريادة الأعمال لتقديم التعليم المتخصص والدورات التدريبية لرواد الأعمال. وتحتضن هذه الجامعات الجمعية السعودية لريادة الأعمال وفروعها، وهي تقدم خدمات متعددة لرواد الأعمال مثل الدورات التدريبية وحاضنات الأعمال التي تقدم الدعم التأهيلي والإرشادي لرواد الأعمال.

عاشرًا: البرامج والمؤسسات الخاصة.

هناك عدد كبير من البرامج والمؤسسات الخاصة التي تقدم خدمات ورعاية لرواد الأعمال والمنشآت الصغيرة وهي منتشرة في عدد من مدن المملكة المختلفة مثل برنامج عبداللطيف جميل، وصندوق الأمير سلطان بن عبدالعزيز لدعم سيدات الأعمال، وصندوق المناهل، وصندوق المئوية وغيرها.

وفيما يأتي جدول يوضح بعض الجهات الداعمة للمنشآت الصغيرة في السعودية.

40 جهة داعمة لرواد الأعمال والمنشآت الصغيرة في السعودية 2018م

م	المنشـأة	تمويل	رعاية وتدريب	تنظيم وإشراف	التصنيف	العنوان الإلكتروني
1	هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة			●	حكومية	www.smea.gov.sa
2	وزارة التجارة والاستثمار			●	حكومية	www.mci.gov.sa
3	وزارة العمل والتنمية الاجتماعية			●	حكومية	www.mol.gov.sa
4	صندوق التنمية الصناعي	●	●		حكومية	www.sidf.gov.sa
5	بنك التنمية الاجتماعية	●	●		حكومية	www.scsb.gov.sa
6	الجامعات السعودية مراكز ريادة الأعمال + الأودية العلمية + الحاضنات والمسرعات	●	●		حكومية	http://he.moe.gov.sa/ar/studyinside/Government-Universities/Pages/default.aspx
7	المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني		●	●	حكومية	www.tvtc.gov.sa
8	جمعية ريادة الأعمال (e-nas)		●		شبه حكومية	www.enas.org
9	معهد ريادة الأعمال الوطني (ريادة)	●	●		خاصة غير ربحية	www.riyadah.com.sa
10	الهيئة العامة للاستثمار		●	●	حكومية	www.sagia.gov.sa
11	الهيئة العامة للسياحة والآثار		●	●	حكومية	www.scta.gov.sa
12	مجموعة عقال	●			قطاع خاص	/http://www.oqal.org/ar
13	برنامج كفالة	●	●		حكومية	http://cutt.us/GPwav
14	مركز دلني		●		حكومية	www.dulani.gov.sa
15	وزارة الشؤون البلدية والقروية (البلديات)		●	●	حكومية	www.momra.gov.sa
16	إنديفور		●		قطاع خاص	www.endeavor.sa
17	(حاضنات بادر) مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية		●	●	حكومية	www.badir.com.sa/ar

م	المنشـأة	تمويل	رعاية وتدريب	تنظيم وإشراف	التصنيف	العنوان الإلكتروني
18	هيئة المدن الصناعية ومناطق التقنية		●	●	حكومية	www.modon.gov.sa
19	البنوك التجارية	●			قطاع خاص	www.saudi-banks.info/web/guest/45
20	مسك الخيرية		●		خاصة غير ربحية	www.misk.org.sa
21	مؤسسة التمويل الدولية	●	●		قطاع خاص	www.ifc.org/arabic
22	إدارة خدمة المجتمع- بنك الجزيرة	●	●		خاصة غير ربحية	http://cutt.us/lKAl
23	برامج البنك الأهلي لخدمة المجتمع	●	●		خاصة غير ربحية	www.alahli.com/ar-sa/about-us/csr/Pages/default.aspx
24	برامج عبداللطيف جميل لخدمة المجتمع (باب رزق)	●	●		خاصة غير ربحية	babrizqjameel.com/ar
25	شركة شل العالمية- انطلاقة		●		خاصة غير ربحية	www.intilaaqah-ksa.com/?lang=6
26	مركز عبدالله الزامل لخدمة المجتمع	●	●		خاصة غير ربحية	www.zamil.com/ahz-community-service-center.html
27	مركز سلطان بن عبدالعزيز للعلوم والتقنية		●		خاصة غير ربحية	www.scitech.sa
28	مجموعة راز القابضة	●			قطاع خاص	http://raz.sa
29	الغرف التجارية الصناعية		●		شبه حكومية	www.riyadhchamber.org.sa
30	شركة أرامكو السعودية (برنامج واعد)	●	●		قطاع خاص	www.waed.net/Arabic/program/Pages/default.aspx
31	شركة سابك Sabic Ventures	●	●		قطاع خاص	www.sabic.com/corporate/ar
32	صندوق المئوية	●	●		خاصة غير ربحية	www.tcf.org.sa/ar
33	صندوق تنمية الموارد البشرية (هدف)		●		حكومية	/http://oldportal.hrdf.org.sa
34	مؤسسة الملك عبدالعزيز ورجاله لرعاية الموهوبين (موهبة)		●		حكومية	www.mawhiba.org.sa
35	شركة موبايلي Mobily Ventures		●		قطاع خاص	www.mobily.com.sa
36	شركة الاتصالات InspireU	●	●		قطاع خاص	/http://iu.stc.sa/ar
37	صندوق الأمير سلطان لدعم مشروعات السيدات	●	●		خاصة غير ربحية	www.psfw.org
38	الجمعيات والمؤسسات الخيرية الداعمة للأسر المنتجة		●		قطاع خيري	عدد كبير من الجمعيات تقدم الدعم للمشروعات متناهية الصغر
39	برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة (إجفند)	●	●		خاصة غير ربحية	www.agfund.org/?lang=ar
40	صندوق التنمية الزراعية	●			حكومية	www.adf.gov.sa

المرجع: جمعية ريادة الأعمال 2018م.

تمارين وتطبيقات للمراجعة

أولًا: مراجعة المفاهيم

إذا أردت أن تبدأ مشروعًا لبيع إكسسوارات الجوال، حدد ثلاثة أماكن يمكنك فيها تأجير مساحات لبيع منتجات مشروعك:

1. حدد في شكل نقاط الإجراءات المطلوبة لتسجيل مشروعك:
2. اذكر في شكل نقاط الخطوات الواجب اتباعها لوضع خطة التنفيذ:
3. اذكر عددًا من المقاييس الممكن استخدامها لتحديد مستوى خدمة العملاء:
4. إذا أردت أن تختار موقعًا لمشروع صغير، فما هي العوامل الواجب مراعاتها عند اختيار موقع المشروع؟
5. حدد ثلاثة من أنواع المشروعات الصغيرة التي لا تحتاج إلى ترخيص لمزاولتها.

المراجع

المراجع العربية

1. بلال خلف السكارنة .(2006) المشاريع الصغيرة والريادة.
2. تقرير ريادة الأعمال في السعودية 2015م. جمعية ريادة الأعمال - الرياض.
3. .تقرير ريادة الأعمال في السعودية 2018م. جمعية ريادة الأعمال - الرياض.
4. تقرير الامتياز التجاري 1435هـ. الصندوق الخيري الاجتماعي- وزارة الشؤون الاجتماعية. الرياض.
5. جيم سشيل 1998م. كيف تدير مشروعاً صغيراً ؟، عبدالكريم العقيل ، مكتبة جرير.
6. الحمادي، علي 1999م، حقنة الإبداع، سلسلة الإبداع (5)، بيروت: دار ابن حزم للطباعة والنشر.
7. الحمادي، علي 1999م، صناعة الإبداع، سلسلة الإبداع (2)، بيروت: دار ابن حزم للطباعة والنشر.
8. الحمادي، علي 1999م، مبدعون عبر التاريخ، سلسلة الإبداع (3)، دار ابن حزم للطباعة والنشر: بيروت.
9. دافيد آتش ز بانجز جونيور 2002م: دليل إنشاء المشروعات الصغيرة، ترجمة مكتبة جرير، مكتبة جرير.
10. روندا إبرامز: أي مشروع أبدأ به؟، ترجمة مكتبة جرير، 2006م.
11. ستيفن دي شتراوس 2007م: المرشد الكامل للمشروعات الصغيرة، ترجمة مكتبة جرير، مكتبة جرير، الرياض.
12. الشميمري، أحمد. عبدالرحمن هيجان، بشرى غنام 2014م، مبادئ إدارة الأعمال، الطبعة العاشرة، العبيكان، الرياض.

13. الشميمري، أحمد. وآخرون. 2014م التاجر الصغير. الطبعة الأولى، مكتبة الشقري. الرياض.

14. الشميمري، أحمد. والمبيريك وفاء 2014م. ريادة الأعمال. الطبعة الثالثة. مكتبة العبيكان. الرياض.

15. المبيريك، وفاء. 2006م كيف تديرين مشروعك الاستثماري؟، الطبعة الأولى. دار الخريجي.

16. المبيريك، وفاء. 2010م المنشآت الصغيرة التأسيس والإدارة. الطبعة الأولى، دار الجامعة.

17. نبيهة جابر. 2013م كيف تبدأ مشروعك الصغير. اللقاء الثاني كيفية تحديد الفكرة المناسبة.

المراجع الأجنبية:

1. Adam & Matthew Toren. (2014), Kidpreneurs Parent / Teacher Guide. Business Plus Media Group LLC.

2. Aidin Safavi .(2015), Business for Kids. STASA Ventures.

3. AlMobaireek, W . & Manolova, T. Alshumaimeri, A. (2011). Entrepreneurship Motivations Among Saudi Youth. The International Conference on Small Business and Entrepreneurship, Nicosia, Cyprus, 2011., Nicosia, Cyprus.

4. AlMobaireek, W., Manolova, T., & Alshumaimeri, A. (2011) Entrepreneurial Intentions among Saudi University Students The Role of Motivations and Start-Up Problems. International Academy of Management and Business Conference, Istanbul 20-22 June 2011.

5. Alshumaimri, Ahmed. (2012). Be an Entrepreneur: Entrepreneurship principles and practice, Alshigri Bookstore. Riyadh.

6. Alturki, N.; Braswell, S. 2010. Businesswomen in Saudi Arabia: Characteristics, Challenges, and Aspirations in a Regional Context. Jeddah, Saudi Arabia: Al-Sayedah Khadijah Bint Khuwailid Businesswomen Center and Riyadh, Saudi Arabia: Monitor Group.

7. Amabile , T. 1986," The personality of creativity, creative living. 15(3), p 12-16.

8. Ann S. Epsten. (2014), How Planning and Reflection Develop Young Children›s

Skills ?, Developing & Enhancing Thinking Skills.

9. Audretsch, D. 2007. Entrepreneurship capital and economic growth, Oxford Review of Economic Policy 23(1): 63-78.

10. Barbara Flowers. (2010), Saving Strawberry Farm . Federal reserve Bank, Economic Education.

11. Cardon, M., Wincent, J., Singh, J. & Drnovsek, M. (2009) The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion. The Academy of Management Review (AMR), 34(3): 511-532.

12. Crijns, H. & Vermeulen, S. (2007) Survey – How entrepreneurial are our Flemish students? [Internet], Leuven, Vlerick Leuven Gent Management School. Available from:

13. Dary Bernstien and Rob Husberg. (2012), Better Than a Lemonade Stand :Small Business Ideas for Kids. An imprint of Simon & Schuster, New York.

14. Debbi Madson. (2014), Money Making Ideas for Kids and Teens. Debbi Madson.

15. Ekstrom, J. (2013) Student startup : why school is the perfect - time to launch a business . Available from : <http:/www.entrepreneur.com/topic/young-entrepreneur>[Accessed 20 Jan 2013].

16. European Commission (2006a) Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning. Final Proceedings [Internet].

17. Eurybase (2007-08) Description of the structures of the education systems from preprimary to higher education (ISCED 0 to 5) [Internet], DG for Education and Culture. Available from: <http://www.emcdda.europa.eu/attachements.cfm/att_97727_EN_SQ28-

18. Eurydice%20Educational%20Systems.pdf > [Accessed 17 June 2010]

19. Harlan R. day.(2015), Personal Finance . Indian Council for Economic Education.

20. Hostens, G. (2009) Educational Structures and Education Systems for Vocational Training and Adult Education in Europe - Belgium - Flemish Community [Internet], Brussels, Flemish Ministry of Education Printery. Available from: <http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/eurybase/structures/041_BN_EN.pdf > [Accessed 18 July 2010].

21. Lynn Grebus. (2011), Herschel›s World of Economic. Indian Council for Economic Education.

22. Marc J. Dollinger. (2015), Entrepreneurship. Marsh Publications, Illinois USA.

23. Mariotti , S. (2000) The young entrepreneurs guide to starting and running a business. National foundation for teaching entrepreneurship, Inc. New York.

24. Mariotti , S. (2010) Entrepreneurship owing your future. Prentice hall. New York.

25. Mariotti , S. (2010) Entrepreneurship owing your future. Student activity workbook Eleven Edition . Prentice hall. New York.
26. Paul Johnson. (2014), Consumer Stuff for Kids. Consumer Affairs Victoria.
27. Peri,H. Pakroo, J.D. (2010) The small business start - up kit. sixth edition. U.S.A
28. Peter, Hupalo. (2003) Thinking like An Entrepreneur.
29. Rosemary Wells. (2012), Bunny money. Federal Reserve Bank, Economic Education.
30. Sharon M. Danes.(2015), Children and Money. University of Minnesota Extension.
31. Small Business Administration, WWW.sba.gov.
32. Syntra Vlaanderen (n.d.) Entrepreneurial Education Action Plan (Flanders) [Internet], Syntra Vlaanderen. Available from: <http://www.competento.be/.../2007-10 Action_Plan_Entrepreunial_Education.ppt > [Accessed 15 July 2010].
33. Tresa Moore.(2010), The Entrepreneur Fair - Fifth Grade Student Businesses ,Social Studies and the Young Learner . National Council for the Social Studies 22 (3), pp. 8–13
34. William C. wood. (2011), An Economy At Work - The Production and Consumption of Goods and Services. Virginia Department of Education.